

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del título de:
LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL.
MENCIÓN: PERIODISMO INVESTIGATIVO – COMUNICACIÓN PARA EL
DESARROLLO

TEMA:
PRODUCTO COMUNICACIONAL: REVISTA
“MEMORIA SOCIAL DE LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA”

AUTORES:
CARLOS GUSTAVO GUALOTUÑA
JOSÉ LUIS GUACHAMÍN CÁRDENAS

DIRECTOR:
MAURO ALFONSO RUÍZ VINUEZA

Quito, mayo del 2014

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, mayo del 2014

Carlos Gustavo Gualotuña

CC 1710162817

José Luis Guachamín Cárdenas

CC 1713861902

DEDICATORIA

Si bien el gran arquitecto del universo no supo bendecirnos con riquezas materiales, sin embargo nos rodeó de personas muy importantes, quienes han sido nuestra luz y guía, los cuales desde el principio apostaron por nosotros; a ellos va dedicado este triunfo, esperamos no haberlos defraudado.

De manera especial deseamos dedicar esta conquista a nuestras familias quienes siempre han apoyado cada paso que hemos dado en la vida; a los amigos y amigas que conocimos en esta etapa universitaria.

No encontramos términos para definir lo que sentimos en nuestro pecho, sólo podemos decir: “gracias Dios mío por haber cumplido este sueño de ser PERIODISTAS”

Carlos Gustavo

José Luis

AGRADECIMIENTO

Elaborar un producto editorial, orientado a compartir la Memoria Social de un pueblo, ha sido un gran reto, el mismo que se lo ha sorteado gracias al bagaje académico recibido en las aulas de la Universidad Politécnica Salesiana; conocimientos que se verán reflejados en la Revista “Ama Huañuy”, producto que se espera se convierta en material de apoyo y discusión cultural entre los habitantes de la parroquia de Amaguaña.

Al presentar esta revista como sello de nuestro paso victorioso por las aulas universitarias, es necesario hacer ostensible nuestro sentimiento de eterna gratitud, en primer lugar a Dios por habernos ubicado en el sitio correcto y a la hora precisa; de la misma manera a quienes de una u otra manera han colaborado en la consecución de la misma; a los docentes de nuestra tan querida Universidad Politécnica Salesiana, quienes siempre han estado prestos para compartir sus conocimientos; de manera especial queremos agradecer la paciencia y el tiempo que nuestro tutor de tesis Msc. Mauro Ortiz, lo dedicó en la guía de cada paso para la consecución del presente trabajo; al Ing. Roberto Carlos Rosero, que con su talento y conocimiento le impregnó más profesionalismo al producto; a la Dra. María del Carmen Ramírez por su apoyo, consejos y amistad brindada durante nuestros años de preparación universitaria y en la obtención de la presente revista; al gobierno parroquial de Amaguaña y a sus habitantes, para quienes se ha realizado el presente producto. A todos mil gracias por haber hecho posible que nuestro sueño se haya cristalizado.

Carlos Gustavo

José Luis

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
APROXIMACIONES CONCEPTUALES	3
1.1. Comunicación y cultura	3
1.2. Memoria social y construcción de identidad	6
1.2.1. La identidad como atributo relacional de los actores sociales	8
1.2.2. Imaginarios sociales	8
1.3. Producto comunicacional	10
1.3.1. La revista.....	12
1.3.2. Tipos de revistas	13
1.3.4. La imagen como elemento fundamental del producto editorial.....	15
CAPÍTULO II	18
AMAGUAÑA LA PARROQUIA	18
2.1. Diagnóstico de la parroquia de Amaguaña	18
2.1.1. Aproximación histórica de la parroquia de Amaguaña.....	18
2.1.1.1. Posibles orígenes del nombre “Amaguaña”	19
2.1.1.2. Estructura social y productiva	20
2.1.1.3. Amaguaña tierra bravía	22
2.1.1.4. Amaguaña en la Época Colonial	24
2.1.1.5. Fusión cultural.....	25
2.1.1.5.1. Significado de diferentes elementos de la cultura de Amaguaña.....	28
2.1.1.5.2. Fiestas de Amaguaña.....	31
2.1.2. Amaguaña en la actualidad.....	34
2.1.2.1. Datos generales	35
2.1.2.2. Espacios simbólicos	38
2.1.2.3. Casas y edificaciones antiguas	44
2.1.2.4. Personajes de Amaguaña	47
2.1.3 Identificación del problema	49
CAPÍTULO III.....	52
MARCO METODOLÓGICO	52
3.1. Enfoque de la investigación	52

3.2.	Modalidad del trabajo de grado.....	52
3.3.	Nivel de la investigación.....	53
3.4.	Tipos de investigación.....	53
3.5.	Población y muestra	54
3.6.	Técnicas e instrumentos para la recolección de la información.....	54
3.7.	Técnicas para el procesamiento y análisis de resultados	54
	CAPÍTULO IV.....	55
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	55
4.1.	Análisis de las entrevistas	55
4.2.	Análisis de la encuesta	60
	CAPÍTULO V	69
	ESTRUCTURA Y ELABORACIÓN DE LA REVISTA AMA HUAÑUY	69
5.1.	Descripción del producto	69
5.2.	Selección del nombre	69
5.3.	Estructura de la revista	69
5.4.	Efectos proyectados a partir de esta nueva alternativa.....	70
5.5.	Variables a evaluar	70
5.6.	Segmentos de la revista	71
5.6.1.	Amaguaña presente.....	71
5.6.2.	Amaguaña en la historia	71
5.6.3.	Amaguaña tierra de fantasía	72
5.6.4.	El sabor de Amaguaña	72
5.6.5.	Amaguaña y sus tradiciones	72
5.7.	Diseño editorial	73
5.7.1.	Los puntos comunes.....	74
5.7.2.	La estructura del diseño	75
5.7.3.	Elementos de diagramación	77
5.7.4.	Tipografía.....	78
5.7.5.	Formato del papel	79
5.8.	Diseño de la revista Ama Huañuy	80
5.8.1.	Diagramación.....	81
5.8.1.1.	Portada	81
5.8.1.2.	Herramientas	82
5.9.	Manual de imagen	82

5.9.1.	Manual de imagen para la revista Ama Huañuy	83
5.10.	Estrategia de difusión	89
5.10.1.	Presupuesto para el lanzamiento de la revista en la parroquia de Amaguaña	90
5.11.	Primer número de la revista “Ama Huañuy”	91
	CONCLUSIONES	93
	LISTA DE REFERENCIAS	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. El aya uma	29
Figura 2. Mapa de Amaguaña.	34
Figura 3. Vista Panorámica del Pasochoa	39
Figura 4. Reserva Ecológica Pasochoa.	39
Figura 5. Vista Panorámica de Kachaco.	40
Figura 6. Vertiente Curipoggio.	41
Figura 7. Entrada a la cueva de mama Brígida.	42
Figura 8. Interior de la cueva de mama Brígida.....	42
Figura 9. Cascada del río San Pedro.	43
Figura 10. La iglesia de Amaguaña.....	46
Figura 11. Parque de Amaguaña.	47
Figura 12. Medio para obtener información de la parroquia de Amaguaña	62
Figura 13. Consideración de que la revista se constituya en material pedagógico ...	63
Figura 14. Lo que atrae la revista.....	64
Figura 15. Tenencia de revista de la parroquia	65
Figura 16. Periodicidad de la revista.....	66
Figura 17. Necesidad de que cada individuo conozca la historia y cultura de su lugar de origen.....	67
Figura 18. Le afecta si desaparece la memoria social de su pueblo.....	68
Figura 19. Unidad Armónica del diseño editorial.....	73
Figura 20. Partes de una retícula	76
Figura 21. Formatos AO – A10.....	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población según el censo del 2010 (INEC, 2010)	36
Tabla 2. Nivel de Instrucción de la población.....	37
Tabla 3. Autoidentificación según su cultura y costumbres	37
Tabla 4. Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece	38
Tabla 5. Identificación de Indicadores del problema.....	51
Tabla 6. Elementos de Diagramación.....	77
Tabla 7. Presupuesto para el lanzamiento de la revista.....	90

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo1. Guía de entrevistas	97
Anexo 2. Guía de encuesta.....	98

RESUMEN

El proyecto del producto comunicativo “Ama Huañuy”, se define como una revista editorial, cuyo soporte es la identidad andina de los habitantes de la parroquia de Amaguaña. Su esencia comunicativa radica en la recopilación y propagación de la memoria social de mencionado lugar, con la finalidad de que su cultura prevalezca.

La revista “Ama Huañuy”, luego de una exhaustiva investigación y valoración de los datos obtenidos, propone temas históricos y culturales de la parroquia de Amaguaña ya que su finalidad es convertirse en una herramienta de opinión y discusión dentro del contexto cultural amagüañense.

El presente producto es de carácter informativo-publicitario, por tal razón se ha destinado el cuarto inferior de las páginas internas y la página 16 completa para efectos de publicidad; pudiendo de esta manera solventar los costos que implica la producción de la revista, la misma que no tendrá precio alguno para el público.

El proyecto está planificado que tenga una periodicidad trimestral, de al menos tres ediciones, siendo el lanzamiento de su primer número en las fiestas de parroquialización de Amaguaña, para lo cual se está coordinando con los personeros de su Gobierno Parroquial.

Es necesario mencionar que la periodicidad, el formato, el contenido, etc., no se los ha seleccionado de una manera arbitraria, ya que estas decisiones se las ha tomado a partir de la interpretación de los resultados de una encuesta realizada a 50 personas, de diferente edad, todos ellos habitantes de la parroquia de Amaguaña.

Palabras claves: Amaguaña, revista, proyecto, comunicativo, Ama Huañuy, memoria social, cultura, informativo, público.

ABSTRACT

The Project about a communicative product “Ama Huañuy”, is defined as an editorial magazine, which is based on the Andean identity from people who lives in Amaguaña. Its communicative essence settles down in the social memories’ collection and propagation of this place, the aim is that this culture prevails.

The “Ama Huañuy” magazine, after an exhaustive investigation and the valuation data obtained, propose historic and cultural topics own from Amaguaña town since its purpose is to become an opinion and discussion tool in the cultural context among people from Amaguaña.

This product has an informative-promotional purpose, that’s the reason why it has been consigned the bottom quarter the inside pages and the complete page 16 for purposes of advertising, in this way it can solve the magazine’s production cost, so people would get a free one.

The project is planned to be updated every three months, at least three editions, the first magazine would be published in Amaguaña’s festivities town, to do this, it is coordinating with the people who’s governing this town.

It’s necessary to mention that the frequency, format, content, and other aspects haven’t been selected in an arbitrary manner, since these decisions have been taken from the survey’s information results, which were applied to 50 different aged people who live in Amaguaña town.

Keywords: Amaguaña, magazine design, communicative, Ama Huañuy, social memory, culture, information, public.

INTRODUCCIÓN

Amaguaña es una parroquia que cuenta con grandes manifestaciones culturales, en donde predomina el folclor; muchos de sus hijos son partícipes en éstas prácticas culturales, pero la mayoría de los habitantes de ésta zona desconoce el significado de dichas manifestaciones; lo que ha desencadenado en que no se pueda educar ni siquiera a los mismos moradores del sector y peor a los turistas sobre la verdadera intencionalidad de las mismas; teniendo como resultado de este desconocimiento y, gracias a la agudización de las prácticas globalizadoras y la consecuente redefinición de los procesos identitarios, que la población vaya acogiendo como suyas manifestaciones culturales ajenas a su entorno; excluyendo de este modo su propia cultura.

La problemática existente en esta exclusión, se origina porque los contenidos de los textos no abarcan todos los espacios físicos del país; sumándole además que quienes lo redactaron lo hicieron sólo desde su perspectiva y contexto, generando en el receptor el desinterés total, ya que sus contenidos no son afines al tipo de vivencias de cada individuo con su sector de residencia, deformando de esta manera el desarrollo de su personalidad; por lo tanto el equívoco existente en ésta percepción histórica, no es solamente de origen educativo, sino también comunicativo.

A partir de éstos antecedentes es que nace la propuesta de crear espacios de recuperación y de promoción histórico-cultural, para conservar el respeto y admiración de las mismas, aprovechando las herramientas tecnológicas con las que se cuenta en la actualidad, para de esta manera, solventar estos procesos de exclusión por los que ha transitado la historia y la cultura de la parroquia de Amaguaña.

El interés fundamental de este trabajo fue conocer la percepción histórico-cultural que la gente de Amaguaña tiene de su entorno. Al mismo tiempo lo que se busca es recuperar la memoria histórica andina que se está perdiendo, para de esta manera compartirla con los pobladores del sector y los habitantes de Quito y sus alrededores.

Para lograr éste objetivo se creyó necesario elaborar un producto impreso, encaminado a recuperar la memoria histórica y cultural de esta parroquia; al mismo tiempo atraer a la población turística del Ecuador, mediante la promoción de la riqueza natural y la biodiversidad que son propias de este sector.

CAPÍTULO I

APROXIMACIONES CONCEPTUALES

Para facilitar la comprensión de la cimentación de la cultura de un pueblo, se ha creído conveniente abordar las premisas conceptuales de la comunicación y cultura como base para entender a la memoria social. Desde este concepto se encuentra a la identidad, para llegar a los imaginarios sociales donde se busca generar la interpretación y conocimiento de la realidad social, la cual guarda relación con la personalidad del individuo; dicha interpretación realizada por un individuo es válida siempre y cuando genere algún valor para el grupo social.

Además, se busca fortalecer los conceptos mencionados con la creación de un producto comunicacional (*Revista*) denominada “AMAHUAÑUY” donde se contará la historia de la parroquia de AMAGUAÑA, el porqué de su nombre, los lugares más llamativos, las fiestas más importantes, los personajes que han trascendido con su trabajo. El fin pretendido es llamar la atención de los habitantes de la parroquia para que los mismos conozcan su historia y sus raíces, de manera que valoren su cultura andina.

1.1. Comunicación y cultura

Existen varios conceptos de comunicación que han contribuido de forma general al esclarecimiento del término, por lo que se partirá de una breve pero necesaria revisión etimológica hasta llegar a una definición conceptual base para el propósito de estudio. Así, la palabra comunicación proviene del latín “*communis: común, comunidad y comunión*” (Bacre, 2000, pág. 15) cuya traducción al castellano es participar en algo común, lo que hace referencia a la participación o relación entre individuos.

Es importante señalar que a partir de esta base etimológica han surgido muchas interpretaciones que dependen del momento histórico, las cuales guardan relación con factores políticos, económicos, sociales y culturales propios; y responden a

contextos sociales diferentes. Pero todas coinciden en señalar que la comunicación es un proceso a través del cual las personas se interrelacionan, para hacer que las ideas, conocimientos, hechos y situaciones sean comunes.

Uno de los referentes más importantes de la escuela latinoamericana define a la comunicación como:

Un hecho social omnipresente y permanente, que se expresa en el intercambio de experiencias, conocimientos, emociones, pensamientos, de modo que quienes participan en ese intercambio se encuentran en capacidad de presuponer sentidos o conceptos similares. La comunicación entonces hay que asumirla como una praxis colectiva que, se instituye y manifiesta a través de formas simbólicas y de sistemas de significación, cuya esencia radica en la percepción, generación, producción, intercambio, aceptación-negación de realidades. (Prieto, 1997, pág. 96)

Es decir que la comunicación es el intercambio de ideas, expresiones, sentimientos, puntos de vista, pero respetando la opinión de cada uno.

Así se produce la introducción de manifestaciones simbólicas como parte de esa praxis colectiva que se desarrolla en el medio social y que permite el encuentro y relacionamiento de las personas. En base a lo cual, es posible decir que la comunicación interviene en la construcción social de los sentidos que utilizan los actores para socializar.

En este sentido, la comunicación debe ser asumida como una puerta al reconocimiento cultural en pos del bienestar y crecimiento colectivo de los pueblos. Tal es así, que la comunicación es parte fundamental de la cultura porque contribuye directamente a la producción social y a su afianzamiento cultural.

Etimológicamente, el término cultura proviene de la palabra latina “*colere*: cultivar, elaborar, cuidar” haciendo referencia al uso de la tierra. Dicho concepto años más tarde sería utilizado en sentido figurado al vincularlo a la práctica que realiza el hombre para transformar las cosas que no se hallan originariamente en la naturaleza.

Se concibe a la cultura como todo lo que el ser humano crea, incluyendo manifestaciones y representaciones propias de un lugar.

La definición de cultura que se identifica con la realidad aquí planteada es:

Lo que ha cambiado, lo que ha evolucionado y lo que es característicamente humano –de hecho, lo que le concede al hombre su identidad sin que importe dónde haya nacido- es su cultura, el entramado total de comunicaciones: las palabras, las acciones, las posturas, los gestos, los tonos de voz, las expresiones faciales, la manera de manejar el tiempo, el espacio y los materiales y la forma en que trabaja, juega, hace el amor y se defiende. Todas estas cosas y más constituyen los sistemas de comunicación significativos que sólo pueden interpretarse correctamente si se está familiarizado, con el comportamiento de su contexto histórico, social y cultural. (Hall, 1973, pág. 46)

El entramado cultural al que se hace referencia es analizado correctamente gracias a la utilización de códigos comunes entre los interlocutores, que van más allá de patrones de homogenización para grupos culturales porque las sociedades se encuentran en constante interrelación posibilitando el reconocimiento de culturas diferentes.

A partir de los conceptos ya analizados se puede concluir que la cultura es el proceso en el que se resumen las relaciones del género humano gracias a la comunicación para consigo mismo, con sus semejantes y con su entorno, a través de la producción material y espiritual -manifestaciones y representaciones- en un proceso histórico concreto. Por lo que es posible decir que comunicación y cultura son inseparables, debido a la sencilla razón de que la primera se construye a partir de materiales culturales. Lo que se evidencia es que la producción simbólica -la dimensión de las ideas- en una sociedad está directamente relacionada con la cultura.

Además, la comunicación y la cultura guardan estrecha relación porque la segunda se manifiesta mediante el universo simbólico que se construye desde múltiples significados que permiten comunicarse; mientras que toda forma de comunicación

es, en primer lugar, una expresión cultural que se evidencia a través del lenguaje como forma de intercambiar ideas.

Este concepto de comunicación ha sido analizado más profundamente hallándose que:

Comunicación es un proceso constructor de cultura en la medida que la significación es producto de acuerdos sociales sobre los signos que se perciben en la realidad, esos signos adquieren valores específicos dentro de una visión de un grupo humano (Cevallos, 2001, pág. 121)

Así forman parte de la cultura: los mitos, las artes, las ciencias, las tradiciones, las costumbres y hasta la vestimenta, entre otros. Porque todas estas abarcan el campo de las representaciones culturales que cada práctica social envuelve.

Otro concepto igual de enriquecedor para el entendimiento y análisis de la relación existente entre “comunicación y cultura” es: “...la cultura hace referencia a la totalidad de prácticas, a toda la producción simbólica o material, resultante de la praxis que el ser humano realiza en la sociedad, dentro de un proceso histórico concreto”. (Guerrero, 2002, pág. 35). Esta definición de cultura recoge el sentido de significación que representa para el ser humano dentro de la sociedad, por el hecho, de la existencia de seres concretos que construyen su propia cotidianidad en base a las vivencias. Así, se afianza la afirmación de que la comunicación y la cultura están tan íntimamente ligadas por el hecho irrefutable de que se ocupan del análisis de la realidad social en su conjunto y en donde la memoria social juega un papel fundamental en dicho proceso.

1.2. Memoria social y construcción de identidad

La memoria social constituye la parte registrada de los hechos y acontecimientos (memoria en general) que marcan la vida de una colectividad, ésta se relaciona necesariamente con la experiencia histórica pasada adquirida en su relación con el entorno y afianzada a través de la identidad.

La memoria social puede ser definida como la forma en que interpretamos los fenómenos que se desarrollan a nuestro alrededor y que guardan estrecha relación

con el momento histórico en que surgen; dicho de otra manera, la memoria social busca la representación que han hecho los grupos sociales sobre el recuerdo de su existencia.

Otro elemento de vital importancia que surge inmerso al tema es la “dimensión histórica” ya que esta implica la consideración de la realidad social como un proceso mediante el cual, cualquier fenómeno social tiene una temporalidad, es decir, por una parte, ningún hecho o acontecimiento se desarrolla fuera del contexto histórico, mientras que por otra, ningún evento es estático en el tiempo.

La historia y la memoria constituyen la base de la “memoria social”, la cual por sí misma construye la identidad de los individuos.

La memoria social sirve para recordar las actividades positivas y negativas del pasado y poner en práctica aquellas en las que son de utilidad en la actualidad, o que son de base para aplicar las nuevas actividades, ya que son pocas las personas que no añorarán el pasado, al tener nuevas actividades en el presente.

Uno de los aportes más importantes de la memoria social, es el elemento de preservación de la cultura de los colectivos, porque contribuye a la formación y al auto reconocimiento social en base a la recuperación de pasado, fortalecimiento del presente y proyección del futuro.

Todos estos hechos y acontecimientos contribuyen a la transformación de la memoria, lo que a su vez genera un nuevo sentido del pasado a la luz de los acontecimientos posteriores.

A la memoria social se contrapone el telón de olvido, por su fragilidad, siendo más las cosas que se olvidan antes que las que se recuerdan. Por tal razón, es de vital importancia la recuperación de la memoria histórica a través de soportes materiales, como es el caso de la realización de la Revista “AMAHUAÑUY”, ya que permitirá que la riqueza de la historia de este poblado no se pierda con el paso del tiempo; contribuyendo de esta manera al fortalecimiento de la identidad cultural andina y de éste colectivo.

La memoria es un elemento esencial de la identidad, sea esta individual o colectiva, porque contribuye en la búsqueda de los elementos propios de una cultura para lograr –a través de su conocimiento- el fortalecimiento de la misma.

1.2.1. La identidad como atributo relacional de los actores sociales

El concepto de identidad es fundamental para comprender la situación intercultural, ya que se la considera como “... la persistencia de la unidad, especie o personalidad en relación al tiempo y a todo cambio” (Cumbre, 2000, pág. 169) que resulta de vital importancia en el contexto latinoamericano porque contribuye a la preservación de las identidades culturales propias frente a las influencias culturales externas. Así, la identidad cultural constituye el medio más importante de desarrollo socio cultural de los pueblos.

La identidad cultural, es definida como la “... representación intersubjetiva, compartida por una mayoría de los miembros de un pueblo, que constituirían en sí mismo un colectivo” (Villoro, 1998, pág. 89). Este concepto pone en evidencia la relación existente entre los individuos y la realidad social, como base fundamental del reconocimiento, valoración y afianzamiento de la cultura propia.

La identidad es un constructo elaborado en relación a los límites o fronteras entre los grupos que se interrelacionan, por lo que las interacciones son vitales en la construcción de sentidos dentro de las manifestaciones de la relaciones. Así, la identidad es connotada por influencias de la vida colectiva, las cuales se denominan imaginarios.

1.2.2. Imaginarios sociales

Los imaginarios sociales permiten la valoración de las sociedades, porque cada sociedad asume y representa su propio valor, partiendo de un sistema de signos que tienen como fin formar un modelo de mundo.

Propone una interpretación y conocimiento de la realidad social del individuo, la misma que no se cuestiona si es a modo personal, al contrario aumenta el nivel de influencia que puede tener para el grupo social.

El concepto ha sido utilizado habitualmente como sinónimo de palabras como cosmovisión, conciencia colectiva e incluso ideología, cada persona tiene sus ideas, sueños, muchos de los cuales son las motivaciones para que las personas lo pongan en práctica en su vida real, es decir aplicar el sueño y convertirlo en una realidad para un mejor sistema de vida.

En las estructuras de las culturas se reconocen los valores y normas que deben ser compartidas por una cantidad de miembros para que estas influyan en ellos, en caso que no lo hagan pasan a ser normas propias de un determinado individuo.

El imaginario individual tiene la característica de que puede ser compartido, este puede ser común para un grupo de individuos, el mismo que lo aceptan como una interpretación de la realidad social o parte de la misma.

Los medios de comunicación pasan a ser un elemento configurador en la realidad social actual, ya que los mismos son los que proporcionan casi la totalidad de la información conocida y sobre todo recogida por los individuos a través de sus contenidos, recibiendo en la misma cantidad elementos culturales, deportivos sociales, científicos siendo de esta forma el conector del mundo relacional con los individuos.

Toda información nos ayuda en algo muy importante como es la socialización, este proceso debe ser continuo para que pueda desarrollar su papel de forma correcta. Es así que por medio de un Producto Comunicacional en este caso "La Revista" se podrá sustentar con un apoyo visual y de forma llamativa la información de la población de Amaguaña.

1.3. Producto comunicacional

El producto comunicacional en cualquiera de sus formatos, debido a su versatilidad, se ha convertido en una de las principales herramientas de dominación económica y empresarial con el objetivo de mantener el capitalismo liberal de los grupos dominantes:

El poder e influencia de los medios de comunicación es cada vez mayor, superando ampliamente la influencia tradicional de la educación y de la propaganda religiosa y política, que se ha ido subordinando a los medios, que, como soportes tecnológicos con contenidos específicos, han aumentado su valor <<cultural>> y propagandístico... aunque el poder real está reforzado por las fuerzas económico-sociales y políticas, también justifica en su propio interés las formas coactivas de presión social, que cada vez son de carácter disuasorio y que están también impregnadas de información y han adquirido cierto carácter comunicativo. (Roiz, 2000, págs. 27-36)

Sin embargo, en el presente trabajo se va a utilizar al producto comunicacional como una herramienta generadora de opinión y discusión, ya que la propuesta es: utilizar dicho producto para romper viejos modelos comunicacionales reproductores de alienación y dominación.

Para lograr éste objetivo, es necesario que en la realización de cada producto comunicacional se analicen los tres modelos de comunicación contenidos en los mismos, con el fin de modificarlos y reforzar ciertos aportes que la nueva propuesta los ha tomado. Dichos modelos son tres y son conocidos como “Énfasis” (Kaplún, 1998, págs. 18-19) y son los siguientes:

➤ **Énfasis en los contenidos:** Es el modelo bancario, utilizado en la escuela tradicional, donde el maestro imparte el conocimiento y lo deposita en el alumno, quien no deberá realizar observaciones ni modificaciones; aquí la comunicación es unidireccional; por lo que se lo debe modificar.

➤ **Énfasis en los resultados:** Aquí se introduce el elemento llamado *feed-back* o retroalimentación con el objeto de medir la efectividad del mensaje. Este modelo lo encontramos especialmente en los medios masivos, en la propaganda; lo que se busca es cambiar actitudes y acciones de manera automática, sin pasar por la reflexión y el análisis.

➤ **Énfasis en el proceso:** Aquí la participación y el diálogo son fundamentales ya que cada quien tiene algo que enseñar. Se privilegia el aprendizaje colectivo y la problematización de las acciones, se considera a los actores de un hecho comunicativo o educativo como sujetos con realidades distintas que deben ser tomadas en cuenta.

A estos productos se los puede clasificar en diferentes formatos: videos, revistas, periódicos, folletos, programas de Tv o radio, películas, música, libros, programas de información, etc. Se divide en: comercial y de uso privado.

El producto comunicacional fusiona el arte con la tecnología, ya que para su presentación acostumbra manejar formatos de tipo artístico, mientras que para su elaboración se echa mano de la tecnología; en el contenido del mismo se debe tener cuidado de manejar un lenguaje de fácil comprensión para el común de los usuarios, presentando mensajes claros, coherentes, interesantes, precisos, y sencillos; esto es necesario ya que "... el producto comunicacional no es imponente, al contrario genera opinión y discusión". (Benavides, 2013). De acuerdo con este criterio, existe la presencia de libertad de opinión, ya que permite la discusión y el diálogo entre las personas, que de ser así se estaría dando paso a la libertad de pensamiento y de acción, lo que va en beneficio del contexto social.

Previo a la elaboración de un producto comunicativo, se debe tener en cuenta diferentes factores, los mismos que definirán la ruta a seguir en la consecución del objetivo planteado.

Entre los factores a seguir tenemos:

➤ **Factores de intencionalidad:** tiene relación con el objetivo que se persigue al realizar el producto. Dentro de éste factor se debe precisar ¿qué es lo que se quiere comunicar, porqué y para qué? A partir de satisfacer estas preguntas se puede construir el mensaje, teniendo en cuenta el público objetivo.

➤ **Factores operativos:** Aquí ya se debe tener claro quiénes serán los participantes, con qué recursos se contarán, el formato, la periodicidad, etc.

Una vez delimitados estos parámetros, es necesario concatenarlos entre sí con creatividad, ya que ésta permitirá visualizar otras realidades y plasmarlas en el producto en forma de mensajes propagandísticos, educativos, o de concienciación para de esta manera crear un vínculo comunicativo entre el emisor y el público objetivo.

El producto comunicacional es una de las manifestaciones culturales más importantes de los últimos tiempos, ya que logra vincular el arte con la técnica y la tecnología, pues para su presentación acostumbra a manejar formatos de tipo artístico, mientras que para su elaboración se echa mano de la tecnología. En el contenido del mismo se debe tener cuidado de manejar un lenguaje de fácil comprensión para el común de los usuarios, presentando mensajes claros, coherentes, interesantes, precisos, y sencillos; esto es necesario ya que el producto comunicacional no es imponente, al contrario genera opinión y discusión.

1.3.1 La revista

La revista es un producto comunicacional, cuyo formato permite ser fusionado con la música, el baile, la política, los deportes, las escenas de humor, etc. Su publicación es periódica.

Los usuarios de las revistas se dividen en:

Primario.- es el lector que compra el producto.

Secundario.- es el lector que lo lee de alguna manera, pero no lo ha comprado.

Las revistas son formatos de circulación masiva, por lo que son aprovechadas por los publicistas y comerciantes; su esencia es la propaganda, pues a pesar de no presentar publicidad, detrás de ella siempre estará un emisor cuya misión es persuadir de algo a sus receptores. Son consideradas como un medio permanente ya que conservan a sus lectores primarios y secundarios.

La revista está conformada por los siguientes conceptos:

1. **Fondo.-** Es la estructura periodística, está definida por la política e ideología de sus emisores.
2. **Forma.-** Es la estructura física de la revista, contiene: la presentación, el tamaño, la ubicación de los gráficos y textos, la tipografía, el papel, etc.

Por lo general su estructura es la siguiente:

Editorial

Artículos de fondo

Reportajes

Artículos instructivos ilustrados.

Secciones fijas.

La periodicidad de las revistas varía de acuerdo a la fuerza que el publicista quiera darle a su producto, pudiendo ser las siguientes: semanal, quincenal mensual, semestral; todo depende del mercado.

Dentro de este proyecto se define a la revista como: producto comunicacional impreso que trata sobre distintos temas, cuyo formato es A4 y sus páginas a full color, con periodicidad opcional.

1.3.2. Tipos de revistas

- a. **Informativas.-** Su objetivo es divulgar cierto tipo de información, su contenido depende del emisor, ya que estas pueden ser: revistas de contenido político, contenido económico, etc. Como ejemplo tenemos a la revista

Vistazo, desde su fundación en junio de 1957, es la primera revista del Ecuador, su emisión es quincenal.

- b. Especializadas.-** Su esencia es tratar de un tema en particular, por ejemplo medicina, informática, mecánica, odontología, etc. Por el hecho de estar dirigidos a un público en particular su tiraje no es de carácter masivo. Un ejemplo, es la revista Líderes que exhibe publicaciones de la economía nacional.
- c. De ocio.-** Su contenido está orientado a entretener a la gente, pueden ser comics, moda, deportes, farándula, música. Por ejemplo, la revista Vogue es una publicación mensual orientada principalmente al público interesado en nuevas tendencias tanto de moda, como de estilo de vida.
- d. De divulgación científica.-** Comunica los avances de la ciencia, sus descubrimientos y labores. Un ejemplo es Nuestra Ciencia, nació en julio de 1999 como el mejor medio de divulgación científica anual de los docentes, ex alumnos graduados de la Facultad de Ciencias Exactas y Naturales de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE).

1.3.3. Estructura de una revista

Para estructurar una revista es necesario tener en cuenta los siguientes elementos:

- **El cabezote:** Es el nombre del producto, es muy importante porque es la marca que le damos a nuestro trabajo, su ubicación es de suma trascendencia ya que sintetiza el contenido del mismo y va forjando una vía de comunicación entre el emisor y el receptor.
- **La infografía:** Son imágenes, mapas, gráficos e íconos, que fusionados al texto nos servirá para narrar, describir, interpretar, los mensajes, para de esta manera sugerir al lector la conclusión correcta de los mismos.
- **Título:** Le da el nombre al contenido del bloque, su tamaño debe sobresalir del resto del texto de la página, su función es llamar la atención del lector y atraparlo.

- **Antetítulos:** Por ser una frase que va delante de los títulos, estos le darán más fuerza a los títulos ya que nos permiten ofrecer más datos del mensaje que queremos expresar.
- **Bocadillos o globos de texto:** Son pequeños textos que van encerrados en un gráfico semejante a un globo, los cuales sirven para vincular un mensaje o un pensamiento de la imagen a la cual aparece relacionado. Aunque por lo general se lo utiliza en los comics, también se puede acudir a ellos en cualquier circunstancia.
- **Pie de foto:** Es un pequeño texto que va junto a las fotografías para darle sentido a las mismas, debe ser explicativo pero no obvio, su función es de “anclaje”, es decir que orienta al espectador hacia una interpretación concreta.
- **Subtítulos:** Resume el contenido de todo el bloque.
- **Entradillas:** Resume el tema que se va a tratar.

1.3.4. La imagen como elemento fundamental del producto editorial

Las Ciencias de la Comunicación y la Semiótica, formulan su estudio a partir de tres sistemas de transmisión de mensajes, siendo estas, la comunicación verbal, la comunicación escrita y la comunicación visual. Al interior del discurso editorial, la imagen es uno de los complementos más importantes en dicha transmisión de mensajes.

De acuerdo al formato elegido para el presente trabajo, se ha tomado la comunicación visual como elemento de soporte en la estructuración y transmisión del discurso editorial, ya que el 40% del trabajo está basado en las imágenes; también es necesario señalar que se debe definir además los conceptos de imagen y fotografía.

Imagen: Este término proviene de dos raíces:

- Del latín *imago*, que se define como figura, sombra o imitación.

- Del griego “*eikon*”, y se la define como: una representación visual; es una apariencia visual de un objeto real o imaginario; se cometería un error al decir que es una representación de la realidad.

La realidad dependerá de diferentes factores como son: la correspondencia estructural entre las representaciones visuales y la percepción que posea cada individuo, las ilusiones ópticas, el miedo, el deseo.

El término de retórica visual, por el que se entiende un sistema de organización del lenguaje visual en el que el sentido figurado de los elementos representados organiza el contenido del mensaje, el lenguaje visual permite organizar lo que se observa y lo que se desea decir sobre esa imagen, objeto o actividad, para aplicarlo en ese momento y circunstancia. (Acaso, 2006, pág. 93)

La imagen es un componente esencial de la cultura, la política y de la vida social del hombre, ya que a partir de estas se puede construir socialmente el sentido de ciertos procesos culturales porque aquí entra en juego el pensamiento, la percepción, la memoria y la conducta.

La Gestalt afirma que existen cuatro tipos de imágenes:

1.-Mentales: Estas imágenes no son manipulables, su soporte es interno, es decir desde el propio cerebro; estas pueden ser:

Alucinaciones: Las cuales no tienen función comunicativa y no requieren de un estímulo para producirse.

Imágenes estéticas: Las cuales evolucionan a través de experiencias visuales pasadas.

2.- Naturales: Su soporte es la retina, ya que son las imágenes que vemos a diario, su estímulo radica en la publicidad y en la metamorfosis del deseo. Estas son las imágenes que tienen una mayor relación con la realidad.

3.- Creadas: Son imágenes manipulables, su función es comunicativa, sus soportes pueden ser: lienzos, piedras, tablas, arena, etc.

4.- Registradas: Son imágenes más complejas, exigen tecnología y dependen de ella; son intencionales y manipulables, su soporte es tangible, pueden tener intención comunicativa, son las únicas que pueden copiar la imagen exacta de la realidad.

El manejo de la imagen se complementa con la nota editorial la representación de los pueblos que buscan mediante los recuerdos no caer en el olvido.

CAPÍTULO II

AMAGUAÑA LA PARROQUIA

2.1. Diagnóstico de la parroquia de Amaguaña

Amaguaña es una parroquia rural perteneciente al cantón Quito; está ubicada en el Valle de los Chillos, al extremo sur oriental de la capital de los ecuatorianos, sobre las faldas del volcán inactivo Pasochoa.

A esta parroquia se la ha conocido como: “La tierra de no morir” debido a que -según cuentan las leyendas- en varias ocasiones, los habitantes del Valle de los Chillos veían amenazadas sus vidas, a causa de desastres naturales, por lo que, para salvar su integridad, acudían a este sector; y de ahí probablemente proviene el origen de su nombre.

Con una estructura social bien forjada desde sus orígenes, este sector no se ha mantenido al margen en el proceso histórico del país, pues desde la Época Inca, pasando por la Colonial, su gente, una mezcla de indígenas y mestizos, con su diario trabajo han contribuido para el desarrollo económico, cultural y deportivo del país.

Sus monumentos históricos, sus paisajes como el río San Pedro, el Pasochoa y su reserva ecológica, la variedad gastronómica, su geografía, han cautivado desde tiempos inmemoriales a quienes transitan por este lugar.

2.1.1. Aproximación histórica de la parroquia de Amaguaña

Amaguaña es parte de esos tan productivos suelos que en tiempos de la colonia habían pertenecido a la rica hacendada Avelina Jijón (esposa de Juan José Flores), cuya propiedad se extendía desde lo que hoy es Latacunga hasta lo que hoy se conoce como el sector de Cayambe. Poco a poco este latifundio se fue desmembrando y convirtiéndose en múltiples haciendas, de las cuales eran sus dueños desde políticos hasta simples terratenientes.

Hasta la década de los 50, los habitantes de este sector se dividían en: “Patrones 1%, mayordomos 2%, mayores 3%, capataces 3%; mientras que el 91% de la población vivía en condición de conciertos” (Lara A. , 2013), debido a la reforma agraria de 1964 y las diferentes reparticiones hereditarias, esta inmensa hacienda se dividió en parcelas y se legalizaron los huasipungos.

El proceso colonizador vivido en Amaguaña no fue diferente al vivido en los Andes, ya que con la llegada de la conquista española, hasta estas tierras, a sus habitantes se les privó de su cultura, de sus derechos, de sus conocimientos y de su religión. A punta de látigo se intentó trastocar toda su cosmovisión andina por la cosmovisión occidental.

Desde tiempos de la colonia, los grandes terratenientes y hacendados se asentaron en este sector, haciendo la opresión aún más fuerte, razón por la cual sus habitantes poco a poco fueron olvidando sus costumbres, pero lo que nunca pudieron olvidar fue el agradecer a sus dioses por la abundante cosecha; por esta razón todos los años, en las fiestas de Corpus Cristi y en La fiestas de San Pedro, esta gente salía a demostrar su agradecimiento, de la única manera que ellos podían: bailando acompañados del “tamborero” (personaje que va delante de los bailarines tocando un tambor y un carrizo en forma de flauta, llamado pingullo); el cual paulatinamente, se va quedando sin sucesores.

2.1.1.1. Posibles orígenes del nombre “Amaguaña”

La palabra Amaguaña proviene de dos raíces Kichwas, las cuales son:

Ama, cuyo significado es “no”

Wuañuna, cuyo significado es “morir”.

Otra versión está relacionada con la conquista Inca; ya que con el triunfo de la misma, comenzaron los destierros en los Andes, esto originó que cierta parte de mitimaes Aimaras lleguen a poblar Anan Chillo. Ya por los años 1550 Amador Amaguaña, uno de estos mitimaes habría llegado a ser uno de los últimos caciques de este sector, y era costumbre en aquel entonces que los poblados lleven el nombre de

su jefe; Ejemplo de esto es que Juan Zangolquí fue mandatario de Urin Chillo, es decir de todo lo que hoy comprende a Sangolquí.

Al ser poblado por mitimaes Aimaras también podrían haber sido ellos los que bautizaron este lugar con este nombre, ya que esta palabra existía en su vocabulario (Ludovico, 1956) en su Diccionario del siglo XVI “Vocabulario de la lengua Aimara” le da los siguientes significados:

Amahuaña	}	= Amor
Amahuaui		
Huaylluna		
Huaylluni.		

Amahuaña = amor, voluntad.

También se halló otra fuente que lo confirma:

¿Sabía usted que la palabra Amaguaña, en lengua Aimara, significa amor? El distinguido profesor Aquiles Pérez Tamayo, en su obra “Quitua y Caras”, es quien nos trae esta noticia. (Lara T. , 1974, pág. 1)

No se tienen datos ciertos de la lengua que se hablaba en este sector hasta antes de la llegada de los Incas; pero a partir de la llegada de ellos, la lengua hablada por los habitantes de este lugar y en todo el Reino de Quito, era el Kichwa que fue impuesto por la invasión del Inca Huayna Cápac.

2.1.1.2 Estructura social y productiva

Los primeros pobladores de Anan Chillo (Amaguaña) ya formaban un grupo social local, pues estaban organizados en bandas de cazadores y recolectores. Este grupo social estaba compuesto por varias familias unidas por lazos de parentesco y de cooperación en todas las actividades que requerían participación colectiva como la cacería y la recolección.

Se dice que estos hombres conocían algunas ciencias como la Topografía, Astronomía: la luna y sus fases, el equinoccio de marzo y septiembre, del solsticio de

junio y diciembre. Con el pasar del tiempo y luego de la llegada de los españoles, toda esta sabiduría y conocimientos fueron pisoteados.

Con el pasar de los siglos el Valle de los Chillos en especial Amaguaña, se convierte en el principal productor de “maíz”; ya que desde este sector se abastecía del imprescindible alimento andino a la cercana ciudad de Quito, gracias a que un ramal del Camino del Inca comunicaba a Quito con esta población.

A más del cultivo del maíz, la producción textil también fue muy importante en el sector, inclusive desde antes de la conquista de los Incas:

Los datos recogidos permiten aseverar que incluso antes de la llegada de los incas la producción textil (hilos y telas) era una importante actividad en los Chillos. ...”, dicha producción textil como tal, continuó a través de los “Obrajes y las Mitas (Institución de mayor miseria, explotación y atropello a los derechos humanos, no sólo indoamericana sino del mundo entero), de la mano de las órdenes religiosas. Ya para fines del siglo XX, esta producción llega constituida como empresa, la cual se encontraba ubicada en la Hacienda Chillo Jijón, cambiando sus instalaciones hacia Quito y se ubica por el sector del Inca; en la actualidad dos compañías textiles (Textil Ecuador y 14 de Marzo) continúan ubicadas en la parroquia. (Vallejo, 1998, pág. 6).

Es así que la existencia de los Amagüañenses, como la mayoría de los latinoamericanos, pasó de una pseudo-libertad (en la etapa de la conquista Inca), a las “encomiendas”, (la encomienda no fue solo privilegio de los españoles, sino también de los jefes indígenas entre los que se contaban incluso al nieto de Atahualpa el Auqui Tupatauchi Atahualpa), las mitas, a los obrajes y al concertaje, el cual en Amaguaña duró hasta casi 1950, así lo manifiesta un habitante del sector:

Yo nací en 1938... me acuerdo que cuando yo era huahua, mi papá era gañán en la hacienda Pasochoa, o sea que trabajaba pero no le pagaban nada, más bien cuando el patrón se enojaba le pegaba una lástima, sólo por el huasipungo nos aguantábamos... yo también trabajaba

gratis, hasta cuando tuve 12 años me fui a trabajar en la costa ahí si ya empecé a cobrar unos sucecitos. (Guallichico, 2007, pág. 2)

La esclavitud fue abolida en 1853 en el período presidencial del General José María Urbina, esta liberación sólo se la empezó a aplicar por los años 50 del siglo pasado. Es decir que a la libertad en este sector se la encadenó por más de 100 años.

A pesar de que La Conquista y la Colonia tuvieron mucho que ver en la desintegración de la sociedad indígena como tal, existen datos que, paradójicamente indican que: es en el período republicano donde se pierden la mayoría de los detalles y rasgos de la cultura y población indígena; hasta nuestros días que no sólo ciertos habitantes de Amaguaña, sino del Ecuador entero, niegan su procedencia indígena, por lo que poco a poco se va perdiendo la cultura andina y la propia cultura amagüañense.

2.1.1.3. Amaguaña tierra bravía

El Valle de los Chillos, y tal vez Amaguaña, a más de ser emporio alimenticio, también fue semillero de guerreros en tiempos de las guerras contra el imperio cuzqueño, al igual que en la conquista española.

A la muerte de Huayna Cápac en 1525 comienza a tambalear el imperio Inca; Huáscar y Atahualpa se embarcan en una encarnizada lucha por el trono. Esta disputa se extiende hasta el reino de Quito y por lo tanto hasta Anan Chillo y Urín Chillo; para proteger a este sector de los invasores, aparecen los hijos del lugar, temibles guerreros como Calicuchima, que leales al Inca Atahualpa lucharon junto a él hasta conseguir la victoria en 1530; el reinado de Atahualpa fue muy fugaz, ya que pronto fue asesinado por los conquistadores españoles. La invasión avanza; a pesar de la resistencia local, van arrasando todo a su paso. En muy corto tiempo sometieron a los pueblos del Reino de Quito.

Al llegar a *Anan Chillo*, es decir a Amaguaña, encuentran lo que al parecer sería el último bastión de resistencia contra la invasión europea, ya que diferentes datos documentales afirman la existencia de un grupo de fortalezas o pucarás ubicadas al sur-este del valle de los Chillos, en donde se efectuaba la resistencia: “Los españoles

tuvieron que hacer algunas incursiones para dominar a estas provincias vecinas. Quizá la última en rendirse fue la del valle.” (Vallejo, 1998, pág. 11) Es decir que fueron guerreros que se resistieron a rendirse, ofrendando sus vidas, antes que los españoles les dominen y exploten su trabajo, riquezas y territorio.

Este mismo autor afirma que existen datos en ciertas actas del cabildo de 1538, donde confirman la existencia de dicho fuerte militar de resistencia indígena, cuyo jefe era conocido como “*Quyngalumbo*” (Existen diferentes formas de escritura, pero *Quyngalumba*, *Quingalunba*, *Quingalumbo* o *Quimbalembo*, es la misma persona, el mismo kuraka “Quingalembo señor de Chillo), el mismo que era *el kuraka* del sector:

En otra crónica se indica que uno de los caciques que permaneció leal al Tahuantinsuyo y que movilizó a su gente contra España fue “Quingalembo Señor de Chillo” (Vallejo, 1998, pág. 12)

El grupo de bravos soldados que comandaba Quimbalembo, habría frenado a los españoles en su proceso conquistador por el Valle de los Chillos, de manera que dichos soldados europeos ya temían ingresar en estas tierras. Otra de las fuentes que confirma la existencia del kuraka Quingalembo es el libro de Frank Salomón “Los señoríos étnicos de Quito en la época de los Incas” y que muestran datos sobre la visita de Gaspar de San Martín y Juan Mosquera a seis comunidades indígenas cercanas al Quito de 1559: *La llajta Anan Chillo* (Llajta= Frank Salomón nos traduce como: “un grupo de personas que comparten derechos hereditarios sobre ciertos factores de producción, y que reconocen como autoridad política a un miembro privilegiado del propio grupo, el cual sería el kuraka, jefe o cacique.” Lo que en nuestros días sería un pequeño Estado, ya que éste grupo de personas comparten un mismo territorio, una misma infraestructura, y están sujetos a las mismas leyes), es decir todo lo que hoy comprende Amaguaña, se divide en tres parcialidades, con tres caciques, quienes tenían bajo su mando distintas cantidades de personas; las cuales serían las siguientes:

- | | | |
|---|-----------------------|--------------|
| ➤ | Amador Amaguaña | 652 personas |
| ➤ | Francisco Quingalumbo | 273 personas |
| ➤ | Domingo Iicna | 163 personas |

Siendo Francisco Quingalumbo el temido guerrero al que se lo conocía como “Quingalembu, señor de Chillo”, pero la resistencia no sólo de Amaguaña, sino de toda la América india, poco a poco se fue doblegando y cediendo ante la barbarie europea, junto a la complicidad de la iglesia e incluso de los propios caciques de estas tierras.

2.1.1.4. Amaguaña en la Época Colonial

La expansión europea tuvo en la conquista espiritual su mejor arma, es por eso que la corona española, designa como doctrineros religiosos de Anan Chillo a la congregación de los Dominicos, quienes el 12 de octubre de 1568 bautizan eclesiásticamente a la “*Llajta de Anan Chillo*”, como la Parroquia de San Pedro de Amaguaña, en honor a San Pedro Mártir, patrono de la orden de esta congregación.

El tiempo pasa y el descontento en los habitantes del nuevo mundo hacia el régimen colonial va creciendo más y más, hasta que en el año de 1808, la fase inicial del proceso de independencia de América Latina respecto del poder español, está dando sus primeros pasos.

El amor por la libertad aún persiste en el ambiente de Amaguaña; ya que en estas mismas tierras se empieza a fraguar la primera sublevación independentista en contra de España. La soberanía europea en América, estaba en peligro, pues los primeros brotes de lucha por la independencia, no tardarían en aparecer.

Terratenientes y pensadores de toda la Real Audiencia de Quito, se van confabulando para formar una Junta Suprema de Gobierno, que ponga fin al dominio de Fernando VII, rey de España.

La empresa en la cual se está embarcando esta junta, es muy peligrosa; es necesario buscar un lugar estratégico en el cual realizar sus reuniones; un lugar que, sin ser muy apartado de Quito, sea discreto y seguro.

Eligen como su centro de operaciones las haciendas Las Herrerías y Santa Rosa de Chillo Jijón ubicadas en Amaguaña. La cercanía de la una con la otra resultaba

estratégica ya que los intelectuales al mando de Juan Pío Montufar, se reunían en la hacienda Santa Rosa para planificar su estrategia de lucha; mientras que en la fundición de la hacienda las Herrerías, otro grupo de hombres se dedicaba a la fabricación de las armas.

El 10 de Agosto de 1809 Juan Pío Montufar le pide al Conde Ruiz de Castilla que abandone Quito. Comienza la lucha por la libertad. Tras varios años de lucha, el 24 de Mayo de 1822 Antonio José de Sucre vence a las tropas reales, sellando así la independencia del Ecuador.

Un mes después, en junio, Simón Bolívar llega a Quito, en sus estadías en esta ciudad, Bolívar y Sucre viajan en varias ocasiones hasta Amaguaña a la hacienda Cataguango a visitar a Manuela Sáenz con quien han entablado una gran relación.

El 29 de mayo de 1861, siendo presidente de la flamante república del Ecuador, don Gabriel García Moreno, decreta la “Ley sobre división territorial”; dentro de la misma se establece que Amaguaña sea demarcada como una parroquia perteneciente al cantón Quito.

2.1.1.5. Fusión cultural

La actual cultura americana no es pura, sino que es el resultado de un sincretismo. Las diversas manifestaciones culturales no nacen en la época de la Colonia, sino que se adaptan al santoral indígena.

Los europeos, a más de apropiarse de los tesoros de América, parece que también se apropiaron de su sabiduría, ya que establecen parte de su ciencia a partir de los conceptos astrales que los indígenas de América dominaban. Claro ejemplo de esto es el calendario Gregoriano, el cual rige en la actualidad y fue dado a conocer apenas en 1582 por el papa Gregorio XIII, el mismo que no es más que una simple adaptación del concepto occidental sobre la ciencia andina.

A pesar que la cultura europea se iba imponiendo a la Americana, el santoral Español, tuvo que acoplarse al calendario indígena. Esta ardua tarea se vio un tanto

facilitada con la adopción a nivel mundial del calendario Gregoriano en 1582; debido a que las fechas de celebración de ciertas fiestas, coincidía en los dos continentes. Hoy por hoy dichas manifestaciones son consideradas de carácter nacional como ejemplo de esto tenemos: La Fiesta de Corpus Christi, del Chagra, La Mama Negra, los Carnavales, entre otras.

En esta fusión cultural, el indígena Amaguañense, hasta casi el último cuarto del siglo XX, fusionó su dolor con la adoración a sus dioses:

Para curar el dolor, la desesperanza, la fuga de los dioses, la bastardía, el impacto del nuevo orden social, político y económico, los indígenas encontraron consuelo en el sincretismo religioso, como elemento dinámico de la cultura de la contra conquista.” Estas celebraciones fueron una clara fusión de la cultura andina con la europea, ya que los europeos acogen la teoría indígena de que los solsticios son temporadas masculinas y los equinoccios temporada femenina es ahí donde adaptan sus fiestas sobre las celebraciones andinas, manteniendo el mismo esquema: en los solsticios se festejan fiestas de los santos mientras que en los equinoccios las fiestas de la virgen María. (Mullo, 2007, pág. 25)

El pueblo andino, homenajeaba a sus deidades como la luna, el sol, a los elementos naturales o hijos de la naturaleza como son los animales, plantas, etc. y a los elementos coyunturales; los actores en esta celebración eran los bailarines.

En Amaguaña dichos danzantes eran campesinos trabajadores de las diferentes haciendas de la parroquia, que en su atuendo remedaban a los blancos y mestizos, pues era la única forma a través de la cual podían escapar de su dolor sin por eso ser maltratados:

Burlarse de las autoridades y las nuevas modas, ajustar cuenta con algún vecino con efusión de sangre si era preciso, esgrimir una protesta contra abusones y corruptos, todo ello detrás de la máscara protectora..., eran manifestaciones de las personas como una forma de rebeldía, por el maltrato que recibían. (Marchena, 1996, págs. 32-34)

Esta costumbre se la venía realizando cada año. Cada grupo representaba a un patrono diferente y estaba conformado por los mejores danzarines de las haciendas, los mismos que iban acompañados de su propio pingüllero o Tamborero, quien hábilmente saca un triste lamento de sus instrumentos. En derredor suyo los Rucos, la Yumbada, y Los Yumbos blancos bailan mientras el *Aya uma* los va guiando, la chicha y el Mallorca van calmando la sed de todos los presentes.

La adrenalina y el entusiasmo entre los participantes van en aumento. Empiezan a aparecer los primeros brotes de violencia, hasta que por fin dicha fiesta se convierte en una batalla campal.

Para entender dicha batalla, es necesario conocer que la violencia también fue impuesta por los europeos: “se inculcó un sentido de competencia entre los trabajadores de las haciendas, a la cual los patrones incentivaban que se debía ganar aunque sea a la fuerza, por lo que había que apoderarse en la toma de las plazas y esta costumbre prosiguió casi hasta nuestros días.” (Guallichico, Biografía de Guallichico, 2004). Dividirlos era menester, pues sólo así su reinado subsistiría.

Pero el conflicto reinante en toda la América india, también tiene diferentes orígenes, a saber:

1.- El nuevo mundo nace como una vinculación de dos cosmovisiones, este es el hecho que determina una doble oposición; en primer lugar se oponía la cultura indígena contra la cultura europea, es decir una oposición de sistemas socio-culturales; y en segundo lugar se oponían las leyes y normas legales sobre los indios, en contra de la práctica de los españoles sobre estas personas. Todo este proyecto mercantil, político y misionero que fue la conquista española en América, significó el encuentro de dos mundos, en el cual sólo uno debía sobrevivir, es por eso que para muchos indígenas este fue el encuentro con la destrucción.

2.- Este conflicto, podría ser nada más que una imposición cultural europea; pues el período de la conquista española se efectúa por la Edad Barroca, y este período está fascinado y desgarrado por la coexistencia de los contrarios: la sensualidad y la

muerte, la fe y la duda, el sarao y la celda; es decir que este periodo presentaba las dos caras de la misma moneda:

La seducción por la muerte no explica enteramente el fenómeno; hay que agregar la noción del holocausto: la fiesta barroca exige el sacrificio, la destrucción... El barroco inventó formas pletóricas y henchidas que, en pleno frenesí vital, desfallecen atraídas por el vicio, por lo que se puede ver, es la influencia europea que ya empezaba a calar en la cultura de la América India. (Godoy, 2004, pág. 272):

3.- Tal vez fue simplemente la manifestación de su sentir, pues el nuevo mundo nacía con diferentes grupos en oposición, pues, no era sólo el enfrentamiento de conquistadores contra conquistados, sino quienes apoyaban a los primeros, mientras que otros apoyaban a los segundos.

Hoy en día, aunque en contadas ocasiones, estas fiestas religiosas aún se hacen presentes en este sector, sin embargo poco a poco han ido perdiendo su original significado, pues si hoy se realizan éstas celebraciones se las hace desde una mirada folclórica o comercial, más no desde una óptica cultural.

2.1.1.5.1. Significado de diferentes elementos de la cultura de Amaguaña

Para poder entender mejor a la cultura de Amaguaña, y de manera especial, comprender el proceso fusionador vivido en América, es necesario el adentrarse en el pasado para mirar de cerca y por separado ciertos elementos de la cultura andina y europea, y así relacionarlos con su significado.

En la cultura andina, antes de la llegada de los europeos a este continente, el *Aya* (nombre con el que era conocido el espíritu de los andinos, el cual es cambiado a la llegada de los españoles, junto con su concepción) para nuestros antepasados estaba ligado con la fuerza, con la vitalidad, con la virtud musical, con la danza; es por eso que los músicos y danzantes lo evocaban para adquirir fuerza y destreza. El *Aya* de los andinos habitaba en las cascadas, ríos, vertientes naturales, quebradas, bosques, etc., quienes necesitaban evocarlo asistían a éstos lugares a la media noche.

Las pacchas, los poggios, los rituales agrícolas relacionados con las cosechas, con los equinoccios y los solsticios son los elementos esenciales de la cultura andina y todos estos aparecen vinculados en un sólo personaje, el cual es el *Aya Huma*, al cual la religión católica, en su afán de engendrar temor en el pueblo indígena lo ha denominado “diablo uma”.



Figura 1.

El *Aya uma*. Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín. 28 de julio de 2013.

El *Aya uma* es el *Ñaupak*, es el que representa al conocimiento que sirve al indígena de referencia, por eso es el guía; su máscara por lo general es de tela azul oscuro o rojo, y le cubre hasta la mitad del pecho, sus dos caras representan al día y a la noche, al sol y a la luna al hombre y a la mujer; es decir a la dualidad, los cuales siempre van juntos para complementarse. La cara posterior es similar a la anterior, decoradas con varios dibujos y adornados con hilos de color.

Posee cuatro asas embutidas de trapo; el asa trasera y la delantera representan a los solsticios que serían del 21 de junio y el 22 de diciembre; las asas de los costados representan a los equinoccios que serían el 21 de marzo y el 23 de septiembre.

Los cuernos que también están embutidos de trapo, son un total de doce, los cuales representan a los meses del año.

Su camisa puede ser de cualquier color, aunque por lo general es blanca; lleva pantalón por lo general de color azul, con un fute o fuste va abriendo camino, sin dejar de emitir sucesivos gritos.

Al parecer la mayor divinidad andina está encarnada en este personaje, el cual sería un ser espiritual encarnado en un hombre. En Amaguaña, esta divinidad tiene como acompañantes en las celebraciones a los Rucos, la Yumbada, los Yumbos blancos.

Al no poder curar el dolor, la desesperanza de la fuga de los dioses, del impacto del nuevo orden social, político y económico, ni revelarse contra sus opresores; al igual que todo el pueblo andino, el pueblo amagüañense, encontró en la sátira y en la parodia su libertad, ya que a través de ciertos bailarines llamados los Rucos, podían burlarse de las autoridades y de las nuevas costumbres, protestar contra el abuso y la corrupción, no sólo de europea sino de también de los indígenas y criollos traidores. Su vestimenta consiste en: sombreros blancos semejantes a los de cazador, sobre sus hombros va una especie de poncho negro y corto, su pantalón es de color negro, sobre sus tobillos van atados cascabeles de bronce, siempre usan zapatos, de los bolsillos traseros de su pantalón penden pequeños pañuelos, en sus manos llevan diferentes objetos como: pequeños animales disecados, pequeños maderos con la forma de cuernos de toros o alces, fuetes o látigos.

Otro grupo es el de los danzantes, cuya indumentaria consiste en: sombrero de paño, con un colorido pañolón grande atado a la espalda, camisa blanca de manga larga, pantalón de poliéster, de los bolsillos traseros de su pantalón penden pequeños pañuelos; cascabeles de bronce atados a la altura de los tobillos, alpargatas o zapatos, y una máscara de malla.

En épocas de la Colonia, ciertos indígenas Amazónicos llegaban a las plazas de Quito y sus alrededores a vender sus productos. Vestían ligero, lucían penachos de plumas y vencían los riesgos del camino con su lanza; a estos personajes se los

llamaba Los Yumbos; en su época fueron muy populares; es por eso que en la serranía entera y en Amaguaña se los recuerda con sus danzas. Su indumentaria es: lanza de chonta o agüilla, collar de plumas, sincha o corona, pinturas corporales y la característica ashanga la cual consiste en una cesta hecha de mimbre y que la llevan a espaldas.

Estos bailarines tienen un guiador, quien va a la cabeza abriendo el paso de su gente y lanzando sonidos guturales, que es repetido por su séquito.

El baile de las cintas consiste en danzar alrededor de un madero que mide aproximadamente cuatro metros, el cual en uno de sus extremos sostiene un grupo de cintas, las cuales deben ser tejidas; luego de que se han tejido estas cintas también se las debe destejer. Originariamente, este baile sólo se lo realizaba en el equinoccio del 21 de marzo, y en el solsticio del 21 de diciembre; ya que según la cultura andina en estas fechas al medio día el sol cae perpendicularmente y al tejer las cintas lo que se pretendía era atrapar al sol para venerarlo.

A partir de la etapa Colonial, la danza en Amaguaña se hace una cultura machista; ya que las mujeres estaban relegadas a un segundo plano, pues su función era la de caminar junto a su esposo y cuidar de él cuando se encuentre ebrio. Apenas a mediados de 1900, la hacienda Pasochoa incorpora a una mujer como líder de su género, pero era la única dama que bailaba y era en el único lugar de Amaguaña.

2.1.1.5.2. Fiestas de Amaguaña

Años atrás, las fiestas de mayor pompa en Amaguaña eran las religiosas, más hoy en día han sido suplantadas por el carnaval, el cual se ha convertido en una vitrina cultural, tanto nacional, como internacional.

Carnaval proviene del latín *carnem* levare, su significado es: quitar la carne y se refiere a la prohibición de comer carne durante los cuarenta días que dura la cuaresma cristiana; época en la cual los creyentes ayunan y hacen penitencia.

Estas fiestas no fueron impuestas por los españoles ya que este era el período de las celebraciones del equinoccio invernal del sol, ya en el período español esta fiesta cambia de perspectiva:

Los carnavales, donde la relación de costumbres era permitida durante esos días y el pueblo llano podía exteriorizar lo que amarga tenía su existencia en comparsas, disfraces y máscaras, tras las que podían esconderse los deseos de cada cual, o sus instintos sociales o individuales: ... evitar la desigualdad social, herir o mancillar al intocables, son danzas que demuestran su tristeza, rebeldía por las desigualdades sociales que pasaban sin que exista alguna persona que los pueda eliminar las diferencias sociales, para dar paso a un grupo homogéneo de personas del sector. (Marchena, 1996, págs. 32-34):

En esta celebración se puede encontrar un amalgamamiento de elementos pertenecientes a las dos culturas, como son el agua, el polvo, que corresponden a la cultura europea, mientras que el pequeño tambor, el pingullo, ciertas danzas, pertenecen a la América india.

Es así que el carnaval se convirtió en una costumbre legada como herencia por nuestros antepasados para rendirle tributo al agua, a la pacha mama, y transmitirla de generación en generación a todo el pueblo andino.

En Amaguaña, dicha celebración permaneció relegada por un buen tiempo, hasta el año 1958, cuando por un juego de niñas se rescata esta celebración, pero con enfoque diferente. Lo lamentable de ésta celebración es que hoy en día, en Amaguaña, ésta se ha transformado en una actividad comercial y de agresión.

Otro punto negro del Carnaval de Amaguaña es que desde hace mucho tiempo atrás, a causa de estas festividades, los habitantes de esta parroquia están divididos, pues hay quienes desean erradicar definitivamente esta tradición; mientras que otros tantos anhelan perennizar y publicitar más a esta fiesta popular.

Existen otras celebraciones de menos envergadura, las cuales son una derivación de las anteriores, estas son:

- Fiestas de María Auxiliadora.
- San Juan, en la cual aún se ve “El Gallo Chutai”
- 10 de Agosto Fiestas del Mercado.
- Fiestas de la Virgen de La Merced.
- Parroquialización de Amaguaña el 29 de mayo; Sus exponentes son la Junta Parroquial, su enfoque es político.

2.1.2. Amaguaña en la actualidad



2.1.2.1. Datos generales

Ubicación:

Amaguaña es una parroquia adscrita al Distrito Metropolitano de Quito; está ubicada en el Valle de los Chillos al sur de la Hoya de Guayllabamba; aproximadamente a 28 Km al Sur de Quito.

Límites:

- Norte: Conocoto
- Sur: Uyumbicho (Cantón Mejía)
- Este: El Cantón Rumiñahui.
- Oeste: Uyumbicho, Cutuglahua y Quito urbano.

Autoridades:

- Presidente: Milton Pachacama
- Vicepresidente: Adolfo Toaza
- Vocal: Rubén Quinga
- Vocal: Elicio Carrera
- Vocal: Alfonso Zambrano

Población según el censo del 2010 (INEC, 2010)

Grupos quinquenales de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	246	259	505
De 1 a 4 años	1324	1221	2545
De 5 a 9 años	1683	1617	3300
De 10 a 14 años	1561	1554	3115
De 15 a 19 años	1493	1443	2936
De 20 a 24 años	1377	1387	2764
De 25 a 29 años	1377	1389	2766
De 30 a 34 años	1209	1289	2498
De 35 a 39 años	1099	1175	2274
De 40 a 44 años	938	983	1921
De 45 a 49 años	772	830	1602
De 50 a 54 años	588	631	1219
De 55 a 59 años	477	480	957
De 60 a 64 años	337	401	738
De 65 a 69 años	333	345	678
De 70 a 74 años	244	265	509
De 75 a 79 años	149	179	328
De 80 a 84 años	114	151	265
De 85 a 89 años	52	74	126
De 90 a 94 años	17	24	41
De 95 a 99 años	4	11	15
De 100 años y más	1	3	4
Total	15395	15711	31106

Tabla 1.

Fuente: INEC 2010

Nivel de instrucción de la población

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Ninguno	344	980	1324
Centro de Alfabetización/(EBA)	47	165	212
Preescolar	131	135	266
Primario	4550	4138	8688
Secundario	3526	3910	7436
Educación Básica	1583	1684	3267
Bachillerato - Educación Media	1202	960	2162
Ciclo Postbachillerato	150	128	278
Superior	1910	1775	3685
Postgrado	109	74	183
Se ignora	273	282	555
Total	13825	14231	28056

Tabla 2.

Fuente: INEC 2010

Auto identificación según su cultura y costumbres

Autoidentificación según su cultura y costumbres			
	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Indígena	317	286	603
Afroecuatoriano/a	302	291	593
Negro/a	58	46	104
Mulato/a	187	136	323
Montubio/a	167	148	315
Mestizo/a	13924	14356	28280
Blanco/a	418	416	834
Otro/a	22	32	54
Total	15395	15711	31106

Tabla3.

Fuente: INEC 2010

Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece

	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Chachi	-		2
Shuar		2	1
Tsáchilas	-		1
Zapara	-		1
Kichwa de la sierra	69	56	125
Pastos	2	6	8
Otavalo	8	10	18
Karanki	1	-	1
Kayambi	1		2
Kitukara	20	18	38
Panzaleo	6	7	13
Chibuleo	1	-	1
Salasaka	2	2	4
Kisapincha	1	-	1
Puruhá	-		1
Kañari	1	1	2
Huancavilca	-		1
Otras nacionalidades	14	16	30
Se ignora	189	161	350
Total	317	286	603

Tabla 4.

Fuente: INEC 2010

2.1.2.2. Espacios simbólicos

Los espacios simbólicos con que cuenta Amaguaña, son pocos y a la vez ignorados; algunos de ellos han dejado de ser simbólicos para convertirse en lucrativos:

Parque Nacional Pasochoa



Figura 3. Vista Panorámica del Pasochoa.

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín, Amaguaña, 15 de julio de 2013.

Fundación Natura



Figura 4. Reserva ecológica Pasochoa. Amaguaña 25 de abril del 2012

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Montaña volcánica con su cráter apagado; varios años atrás Fundación Natura tomó posesión de este lugar y hoy en día, el Pasochoa se ha convertido en una reserva ecológica con plantas nativas como mortiños, cerezas, pumamaqui, laurel, chuquiragua que es la flor nacional ecuatoriana, calaguala, zuro (más conocido como carrizo que usan los artesanos para elaborar canastos, petacas, esteras, etc.) En esta reserva también podemos encontrar animales como quinde bunga más conocido como el colibrí; zorros apestosos, gaviñanes, curiquingues, que sólo habitan en los espacios donde la vegetación es escasa, gallinas y pavas de monte. Todas estas aves y animales son especies en peligro de extinción.

Reserva Kachaco



Figura 5. Vista Panorámica de Kachaco

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín. . Amaguaña 19 de julio de 2013.

Su nombre indígena originario es *Kachi Yacu*, cuyo significado es “Agua Salada” y este nombre se lo habría dado debido a que en este sector existen grandes reservas de aguas que contienen minerales y de esto ya tenían conocimiento nuestros indígenas. Esta reserva natural de más de cuatro hectáreas de extensión, esta cruzada por el río

San Pedro. Dentro de esta reserva hace corto tiempo existían un sinnúmero de pantanos, pero hoy en día estos se han ido secando, por lo que sólo quedan unos pocos. Por el hecho de ser terrenos pantanosos, alberga a varios reptiles también en peligro de extinción, entre los cuales podemos ver a lagartijas, sapos, huaxas (animal parecido al caimán pero más pequeño y que no hace daño).

Baños Naturales Curipoggio



Figura 6. Vertiente Curipoggio.

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín. . Amaguaña 18 de diciembre de 2012.

Es una vertiente natural que ha formado una pequeña laguna, con propiedades minerales, por lo que los indígenas del sector argumentaban que sus aguas eran medicinales, por ello la consideraban sagrada. Se cree que las aguas de esta vertiente servían para el descanso y relajación de comunidades prehispánicas, incluido Atahualpa y otros caciques por lo que se realza el valor histórico de este sitio que también es conocido como la fuente de oro. Esta fuente está ubicada en el Camino del Inca.

La cueva de Mama Brígida



Figura 7. Entrada a la cueva de mama Brígida.

<http://www.amaguania.gob.ec>. 2013

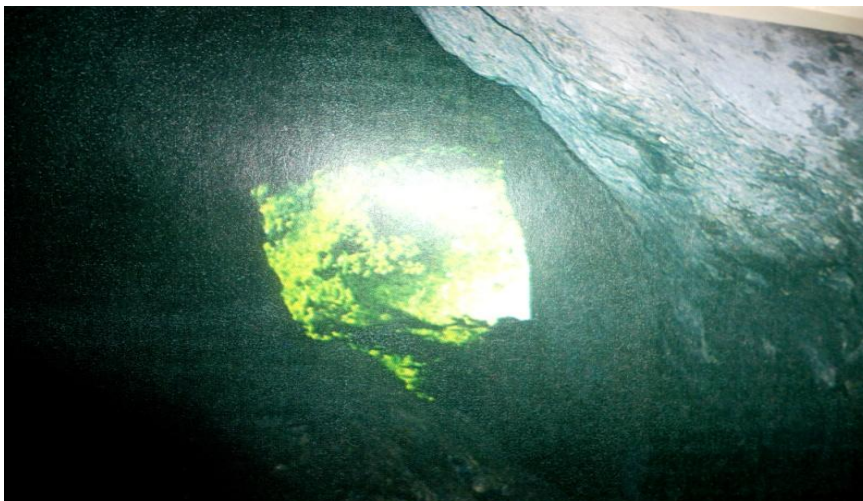


Figura 8. Interior de la cueva de mama Brígida

Revilla L. Amaguaña 2005.

Es la entrada a una serie de túneles profundos, está ubicada en el Pasochoa; se dice que aquí habitaban murciélagos sagrados, y que con sus alas se confeccionaban las capas que utilizaba Atahualpa. Uno de los pasadizos de esta serie de catacumbas

desembocan en un poblado vecino de Amaguaña, así lo han manifestado en una entrevista “En el año 2000, el joven estudiante Luis Hidalgo junto a otros compañeros ingresó en este túnel, y salió luego de seis horas en Machachi.” (Vinueza, 2013)

El río San Pedro



Figura 9. Cascada del río San Pedro.

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín. Amaguaña 19 de julio de 2013.

El río que otrora significó la vida no sólo de la parroquia de Amaguaña, sino de todas las poblaciones a las cuales bañaba con sus aguas. Nace en los nevados y páramos de los Ilinizas, localizados a 45 Km. al sur occidente de Quito. En sus orígenes se lo conoce como río Blanco, aguas más abajo cambia su nombre al de Jambelí; a la altura de Machachi toma el nombre de San Pedro. Hoy en día la fauna que contenía sus aguas se ha perdido totalmente, y la flora o está cambiando, o se está degenerando a causa de que este río se ha convertido en botadero de desechos industriales y personales.

2.1.2.3. Casas y edificaciones antiguas

En los tiempos de la conquista inca las casas de los habitantes del valle de los Chillos eran casas de patios sencillos, de una sola habitación, un solo piso, con techos de paja y paredes de adobe, habitadas por varias personas por casa, pero si hacemos una mirada retrospectiva, descubriremos que la religión estaba tan arraigada en estas culturas, tanto que hasta sus viviendas estaban construidas bajo una visión religiosa:

Según el arquetipo ideal, la casa del gobernante étnico era un centro simbólico... por lo que la residencia cacical era diseñada, construida y reparada según cánones ceremoniales. Aun en las viviendas humildes era evidente la expresión de una armonía sagrada, pues sus puertas se abrían frecuentemente hacia el oriente para facilitar el ritual solar matutino, (Landázuri, 1990, pág. 45)

Es decir que las casas se las construía bajo cánones ceremoniales aún las más humildes; muestra de ello es que sus puertas se abrían hacia el oriente para dar la bienvenida al sol, como ritual matutino.

Con el paso del tiempo y con la llegada de los europeos, este modelo de casa fue cambiando; ya que los terratenientes van adoptando y adaptando el tipo arquitectónico europeo bajo representaciones neoclásicas, ajustándose a nuevos dictados culturales y nuevas condiciones sociales es decir que se concibe nuevos modelos de casa, con amplios patios y con galería.

Hacienda Cataguango: En tiempos de la Colonia esta hacienda era propiedad de Manuela Sáenz, cuentan algunos que esta hacienda, en varias ocasiones, tuvo como huésped al libertador Simón Bolívar y al Mariscal Antonio José de Sucre.

Hacienda Las Herrerías: Construida en 1750, por don Miguel Ponce de León, es realizada bajo los conceptos arquitectónicos de los frailes de San Francisco de Quito. Sus instalaciones servían para múltiples actividades productivas como son: graneros, obrajes, herrería, de donde viene su nombre. En la fundición de esta herrería es donde se elaboraron las armas que sirvieron a los patriotas en la sublevación independista, que a la postre sería la que marcó el inicio de la independencia de América.

Años más tarde y por corto tiempo, esta hacienda se convierte en cuartel, como testigo de la historia que esta edificación tiene, quedan para testimoniarla los pasadizos secretos que permitieron a los políticos y próceres escapar desde sus dormitorios hasta las orillas del río San Pedro.

En la segunda mitad del siglo pasado, Don Camilo Ponce Enríquez (presidente del Ecuador en 1956) hace de esta hacienda su centro de actividad política. Su esposa Doña Dolores Gangotena consagra su vida a restaurar y adornar la edificación; recogiendo de todo el país pinturas, esculturas, y muebles de los siglos XVI, XVII, y XVIII.

Actualmente no se permite la entrada más que a familiares y amigos de los propietarios, pero no se descarta la posibilidad de en un futuro no muy lejano convertirlo en museo.

Hacienda Chillo Jijón.- En sus inicios fue propiedad de los jesuitas, luego de su expulsión de la Real Audiencia de Quito en 1767, por orden del Rey Carlos II de España, pasa a poder de terratenientes criollos. En esta hacienda, de forma clandestina también se reunían los próceres de la Independencia.

La Iglesia



Figura 10. La Iglesia de Amaguaña.

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín. . Amaguaña 19 de julio de 2013.

La iglesia está ubicada frente al parque central entre las calles Espejo y Colón, su construcción data del año 1529, cuenta con una gran torre, la cual se ha constituido en el campanario, los pisos son de cemento, las paredes de adobe y la cubierta de eternit. Tiene el mismo modelo de las iglesias de las demás parroquias del valle de los Chillos

A pesar que el tiempo transcurre y la demás edificaciones van cambiando, la iglesia ha mantenido su arquitectura original, se han realizado pequeños cambios pero sólo en su interior.

Parque Central



Figura 11. Parque de Amaguaña.

Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín. Amaguaña 19 de julio de 2013.

En sus inicios era una plaza de toros, pero hace cerca de 60 años se convirtió en el parque de Amaguaña, es un acogedor espacio de descanso, de donde parten la mayoría de celebraciones de la parroquia;

El parque de Amaguaña es sin duda el lugar de encuentro de todas las personas, ya sea para la celebración de las diferentes fiestas o para cualquier ocasión. Está ubicado frente a la iglesia. Dicho parque, a través del tiempo ha sufrido una serie de modificaciones por parte del Municipio de Quito en su afán globalizador de la cultura, cada modificación es peor que la anterior.

2.1.2.4. Personajes de Amaguaña

Las grandes sociedades fueron forjadas por seres comunes y corrientes, que sin importar el sacrificio, fueron persiguiendo sus sueños, hasta alcanzarlos o morir en el intento. Por su constancia, dedicación y trabajo han sobresalido del común de los mortales mereciéndose de esta forma, que se los considere como grandes personalidades.

A su paso por la historia, Amaguaña ha tenido entre sus hijos a muchos personajes que se han destacado en el ámbito cultural y deportivo, quienes de una u otra manera han coadyuvado a presentar al Ecuador que hoy lo conocemos.

Por su aporte en pos de ubicar el nombre de la parroquia muy en alto, es necesario realizar una aproximación a la vida de estos insignes personajes.

Carlos Alberto Lara.- Educador, empresario y periodista; es un personaje que a pesar de no ser oriundo de Amaguaña ha trabajado incansablemente desde su llegada a la parroquia. Durante su período como director de la Escuela República Argentina, logró que se construya el bloque más grande de la misma; el deporte, la música lo recuerdan ya que en sus períodos como presidente de la Junta Parroquial logró la construcción del estadio de Amaguaña, el dispensario, los baños públicos, y la incorporación de un maestro de música para los miembros de la banda de músicos de la parroquia.

Miguel Ponce Ubidia.- Su procedencia es desconocida; su presencia no ha sido trascendental en la parroquia, pero es necesaria su mención por ser quien ordenó construir la hacienda las Herrerías:

Fue recaudador del rey de España, su trabajo lo realizaba en Latacunga, desde donde tenía que llevar el dinero hasta Colombia, razón por la cual el rey lo instruyó en artillería; tiempo después influenciado por los pensamientos independentistas pone su conocimiento al servicio de esta causa, siendo colaborador de Sucre. A causa de la traición, el rey ordena su muerte por lo que este personaje, por el lapso de diez años, vive escondido en el Pasochoa por los días, y en las noches iba a descansar en su hacienda. (Ponce, 2013, pág. 1)

Camilo Ponce Enríquez.- No es originario de la parroquia, pero vivió 25 años en ella. Fue profesor de Derecho Constitucional en la Universidad Católica de Quito; fue Diputado y Senador por Pichincha; Ministro de obras públicas en el gobierno de Mariano Suarez Veintimilla; Ministro de Gobierno en el gobierno de Velasco Ibarra.

Fue Presidente de la República del Ecuador de 1956 a 1960, vivió por más de veinte y cinco años en la hacienda las Herrerías.

María Teresa Paucar.- Atletista que nació en el barrio San Juan, ha representado al Ecuador en la carrera San Silvestre en Brasil, competencias panamericanas, sudamericanas y mundiales de atletismo por varias ocasiones y por diferentes lugares del mundo.

Luis Alfredo Paucar.- Nació en el barrio Cochapamba, ciclista que representó varias veces a Pichincha en la carrera Vuelta al Ecuador.

Cristian Ñato.- Joven trompetista que vive en el barrio Santa Isabel, ha realizado varias giras por distintos países, interpretando su instrumento con diversas sinfónicas del mundo.

2.1.3 Identificación del problema

El dilema sobre el que se fundamenta la realización del presente trabajo es: “El futuro de la memoria social de la parroquia de Amaguaña” esta premisa tiene sustento en la paulatina desaparición de la cosmovisión andina, de la mente de los adultos, y el desconocimiento total de los más jóvenes.

En el proceso investigativo, se pudo constatar que la influencia de las nuevas tecnologías en las direcciones cotidianas de la gente y la creciente dominación económica e ideológica de los países industrializados en los sectores de la información y la comunicación van marcando en la mente del ser humano un sistema de vida estandarizado de lucha y competencia entre sus similares.

En la parroquia de Amaguaña se sigue dando el poder mediador a los medios, por tal razón prevalece el fenómeno social llamado “privilegio cultural”; esto es claramente visible cuando al abrir un texto escolar lo que se puede observar son realidades diferentes a la vivida en el sector, sumándole además que son escasos los productos y ejercicios comunicativos, que la parroquia posee en pos de la recuperación de su memoria social.

Es necesario introducir un nuevo formato comunicativo, el mismo que sin ser pesado, se constituya en material de apoyo cultural “... los medios de comunicación tienen el rol de incidir en el proceso de identidad ciudadana.” (Beltrán, 1979, pág. 79) Bajo este reto nace la propuesta del presente trabajo, su objetivo es presentarse como un espacio que genere discusión entre los habitantes de la parroquia de Amaguaña, en pro de un entendimiento y una re-apropiación de su cultura.

Para comprender de mejor manera el problema en cuestión, es necesario acudir a los siguientes indicadores:

Identificación de indicadores del problema

Problema	Efectos
Indiferencia ante la Identidad y la Cultura de la Parroquia	La cultura va cambiando debido a que los adolescentes copian modelos de otros países lo que hace que se pierda su propia identidad, costumbres y tradiciones propias de Amaguaña.
En los centros educativos del lugar no se imparten temas que fomenten en los estudiantes procesos de recuperación, concientización e identidad, con el fin de rescatar y mantener la memoria histórica-cultural de Amaguaña.	Las nuevas generaciones aparecen con una mentalidad más susceptible, siendo éstas, más fáciles de asimilar sin ningún razonamiento nuevos modelos culturales que no pertenecen a Amaguaña.
A los lugares históricos se los ha echado al olvido. El descuido y la falta de mantenimiento han permitido que la gente del sector conozca estos lugares más no su esencia histórica.	Sitios pre-colombinos y de la época de la colonia que han formado parte de la esencia nacional están al borde de la desaparición, debido a la falta de mantenimiento por parte de las autoridades
Ausencia de productos comunicativos que enfoquen la historia y la cultura del lugar.	La industria cultural inducida por los procesos globalizatorios está mermando y trastocando los elementos propios de la cultura Amaguañense, olvidándose de la cultura y tradición de su pueblo.

Tabla 5. Elaborado por Carlos Gualotuña y José Guachamín.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es de carácter **cuanti-cualitativo**, ya que relaciona dos tipos de variables que son: variables cuantitativas y variables cualitativas:

➤ **Cuantitativas.**

Porque son variables medibles, que se las describen mediante números, razón por la cual para esta investigación se hace referencia a 50 personas del sector de Amaguaña encuestadas quienes contestan sobre su preferencia sobre la realización de la revista, lo que permite la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos.

➤ **Cualitativas.**

Porque son variables que permitirán describir las características de la población y de los habitantes de Amaguaña.

3.2. Modalidad del trabajo de grado

La presente investigación es la base para obtener un producto comunicacional, el mismo que servirá como un trabajo previo a la Titulación de Pregrado cuya investigación se la desarrolla en base a una metodología científica, que nos permite aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso de la formación profesional concediendo al investigador realizar un diagnóstico del problema de investigación y a partir de ello generar la propuesta creativa, novedosa, como es la elaboración de la revista “Ama Huañuy” que se espera se convierta en el material de apoyo y difusión cultural de los habitantes de Amaguaña.

3.3. Nivel de la investigación

Investigación descriptiva-explicativa:

Porque permitirá describir la problemática investigada, relacionada con los principales aspectos de la población de Amaguaña y la elaboración de la revista “Ama Huañuy”

Esta investigación se encarga de buscar el diagnóstico de la parroquia, posibles orígenes del nombre Amaguaña, estructura social y productiva, y otros aspectos relevantes a la identidad cultural y el desarrollo de Amaguaña.

3.4. Tipos de investigación

El tipo de investigación que se ha elegido para el presente trabajo ha sido:

Investigación de campo

El estudio se realizó en el propio lugar donde se suscitan los acontecimientos como es la parroquia de Amaguaña, para visitar lugares históricos, aplicar entrevistas y encuestas a los moradores del sector.

Investigación Bibliográfica

Bibliográfica, porque se ha realizado la investigación de diferentes textos referentes a la historia de la parroquia, del Ecuador, y de la cosmovisión andina, para realizar el análisis de manera descriptiva, para obtener el presente producto como es la elaboración de la revista “Ama Huañuy”

3.5. Población y muestra

La población fue de la Parroquia de Amaguaña en donde se tomó una muestra de 50 personas a quienes se les realizó la entrevista y la encuesta.

3.6. Técnicas e instrumentos para la recolección de la información

Técnica: Entrevista

Instrumento: Cuestionario de entrevista a diferentes personalidades del sector de Amaguaña sobre los principales aspectos de la parroquia.

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario a 50 pobladores de Amaguaña sobre la importancia de la creación de una revista para un producto comunicativo de la parroquia.

3.7. Técnicas para el procesamiento y análisis de resultados

- Elaboración del plan de investigación
- Aprobación del plan de investigación por parte de las autoridades de la Universidad Politécnica Salesiana.
- Elaboración del marco teórico referencia de Amaguaña
- Elaboración de los instrumentos de recolección de datos
- Aplicación de los instrumentos
- Análisis de las entrevistas
- Procesamiento y tabulación de la información
- Elaboración de cuadros y gráficos estadísticos
- Análisis e interpretación de los resultados obtenidos
- Elaboración de conclusiones
- Elaboración del producto comunicativo, revista memoria social de la parroquia de Amaguaña “Ama Huañuy”
- Presentación de la tesis

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de la entrevista

Para la elaboración de la revista “Ama Huañuy” se entrevistó a diferentes personalidades, por lo que el contenido de la misma varía de acuerdo al tópico referido; en forma sintética se resumen las principales respuestas de las entrevistas, siendo:

ENTREVISTADA: MARÍA LUISA SOSA

Trabajo: Administración y venta de licores

Pregunta ¿Cuáles son sus inquietudes y aspiraciones como amaguañense?

Respuesta: Que nuestra cultura no se pierda, y que el carnaval de Amaguaña prevalezca por siempre.

Análisis: Es una persona oriunda de Amaguaña que ama su identidad, costumbres y tradiciones y no desea que se lo pierda, muy por el contrario que sean las autoridades que realicen programas sociales y culturales para que las nuevas generaciones aprendan y lo practiquen lo bello de Amaguaña.

Pregunta ¿Sus logros como habitante de Amaguaña?

Respuesta: Mi familia inició el festejo Carnavalesco en la parroquia, que une a sus habitantes y personas a nivel nacional e internacional.

Análisis: Fundadora de la celebración del curso de flores y serpentinas del Carnaval de Amaguaña, uno de los más emotivos, y tradicionales del país, por lo que atrae a los

turistas nacionales y extranjeros a disfrutar de estas bellas fiestas que une a todas personas.

Pregunta ¿Decepciones como moradora de la parroquia?

Respuesta: Existe el racismo

Análisis: La parroquia es una sola y entre sus habitantes no debe existir ningún tipo de discriminaciones, ya que esto desune y crea enemistades entre los pobladores, se debe realizar actividades para que se unan y se forme una sola familia amaguañense, ya que se está empezando a discriminar a los indígenas de los supuestos blancos que son los mestizos; los pobres de los ricos.

ENTREVISTADO: CARLOS ALBERTO ISAÍAS LARA DURÁN

Trabajo: Corresponsal de periódicos, Teniente Político de Amaguaña, Director y profesor de la Escuela República de Argentina.

Pregunta: ¿Sus decepciones como morador de la parroquia?

Respuesta: Ninguna, ya que amo a esta tierra.

Análisis: Es una persona que ha ocupado varias dignidades y desde allí realizó obras en beneficio de Amaguaña.

ENTREVISTADO: ANGEL CRIOLLO

Trabajo: Secretario General de Ecuarinari, líder indígena.

Pregunta: ¿Cuáles son sus inquietudes y aspiraciones como líder indígena?

Respuesta: Que la raza indígena se perpetúe, que los conocimientos, ciencia y jurisprudencia sean aceptados y respetados por parte de otras sociedades, dando valor a la cultura, identidad ya que son una opinión política.

Análisis: Es correcta la respuesta, ya que todas las personas deben ser respetadas por lo que son y no por lo que tienen, y la clase indígena tiene buenas costumbres, tradiciones e identidad que hay que respetar sus creencias.

ENTREVISTADO: RÓMULO VINUEZA

Trabajo: Comerciante.

Pregunta ¿Cuáles son sus inquietudes y aspiraciones como morador de la parroquia?

Respuesta: Recopilar datos de la parroquia de Amaguaña, en el que encontré que tiene tesoros como joyas turísticas, y que las autoridades están dejando desaparecer.

Análisis: Las autoridades del GAD de Amaguaña deben propiciar que se mantenga la identidad, cultura y tradiciones de la parroquia que la hace única e inigualable.

Pregunta: ¿Decepciones como morador de la parroquia?

Respuesta: la gente prefiere lo foráneo, y opta por hacer turismo fuera de casa, la decepción es con la gente de la parroquia, más no de la parroquia.

Análisis: Amaguaña tiene bellos lugares turísticos que los pobladores no los conocen, prefieren ir a otros lugares y no conocer primero lo nuestro, es necesario concienciar a los pobladores sobre el amor hacia Amaguaña, para que valoren y transmiten la identidad a las personas para que lo visiten.

ENTREVISTADA: HORTENSIA MAILA

Profesión: Comerciante

Pregunta: ¿Cuáles son sus decepciones como moradora de la parroquia?

Respuesta: Pese a no ser de Amaguaña, pero por vivir 40 años ahí, no tiene decepciones, quiere a su parroquia.

Análisis: Es una persona que quiere a su parroquia, ya que desde que se caso vive ahí, vio crecer a sus hijos, hoy desea que se mantenga la cultura y las tradiciones de su tierra querida y que las nuevas generaciones la conozcan y la practiquen para que no se pierda lo que hace original a Amaguaña.

ENTREVISTADO: FÉLIX GUALLICHICO

Trabajo: Formación de grupos de danza indígena de Amaguaña, instructor de tambor y pingullo en el Municipio de Quito.

Pregunta: ¿Cuáles son las inquietudes y aspiraciones como indígena?

Respuesta: Que mi raza se perpetúe, que nuestros conocimientos, ciencia y sean aceptadas y respetadas, por ser parte de otras sociedades.

Análisis: lo manifestado por el entrevistado es que el indígena de Amaguaña, ame a su raza y motive a que se respete sus costumbres y tradiciones.

Preguntas: ¿Decepciones como indígena?

Respuesta: Ver como las personas están siendo alienadas, y van olvidando su cultura y muchas veces reniegan su identidad.

Análisis: Los adolescentes de Amaguaña copian modelos del extranjero como la forma de vestirse, peinado, pearsing, dialectos, lo que hace que pierdan su identidad y por ende sienten vergüenza de ser indígenas, lo cual no es lo correcto ya que la persona debe siempre mantener su propia identidad.

ENTREVISTADO: MACARIO LÓPEZ

Profesión: Ingeniero eléctrico.

Pregunta: ¿Cuáles son sus inquietudes y aspiraciones como morador de Amaguaña?

Respuesta: Que se recupere la cultura de paz que caracterizaba al amaguañense, que no se pierda el carnaval, las fiesta de Amaguaña siempre fueron las de carnaval, ahora el nuevo gobierno parroquial las está trasladando al mes de mayo, para celebrar la fiesta de parroquialización.

Análisis: Se demuestra que las personas antiguas de Amaguaña quieren a su parroquia, pero las nuevas tratan de olvidar su cultura y buscan pretextos para eliminarlas como es el caso del gobierno parroquial que desea desaparecer el carnaval y que todos los festejos se realicen el mes mayo, lo cual hará que se pierda la cultura y tradición.

Pregunta: ¿Sus decepciones como morador de la parroquia?

Respuesta: Ninguna decepción, Amaguaña es la parroquia de gente trabajadora, las fiestas del carnaval se han ido ubicando en altos sitios ya que vienen personas de diversos países, tanto espectadores como participantes.

Análisis: Es un persona que toda su vida ha permanecido en Amaguaña y es el fundador del Carnaval, razón por la cual resalta su bella costumbre del corso y el juego del carnaval que atrae a turistas nacionales y extranjeros, cada año en mayor cantidad.

De las entrevista se puede concluir que las personas que han vivido por muchos años en la parroquia la quieren y no desean que se pierdan sus costumbres, tradiciones e identidad y que se las difunda a las nuevas generaciones para mantener perenne dichas actividades. Existiendo discriminación entre las personas por el aspecto económico, cultural y social, lo que hace que surjan conflictos, enemistades y poco a poco la parroquia se va disgregando y perdiendo su identidad, razón por la cual mediante la difusión de la revista memoria social de la parroquia de Amaguaña “Ama Huañuy” se convertirá en la fuente donde se transmitirá la identidad de su gente para un mejor desarrollo y progreso de Amaguaña.

4.2. Análisis de la encuesta

Para la obtención de la información requerida, se formuló la aplicación de una encuesta a 50 habitantes de la parroquia, a quienes se les indicó la importancia de contestar con sinceridad las preguntas que servirá para la creación de un documento que recoja la historia y cultura de Amaguaña, el cuestionario de la encuesta consta de siete preguntas. (Ver anexo 2 pág. 98)

Dicha encuesta inicia con una parte introductoria en la cual se solicita datos demográficos de los encuestados, con el fin de conocer su orientación sexual, su procedencia, su lugar de residencia, su edad, su nivel de instrucción.

Una vez identificados los encuestados, se plantea la primera pregunta, a través de la cual se intenta indagar sobre qué medio escrito desearían que se divulgue sobre Amaguaña. Para lograr un acercamiento más conciso, se formulan cinco alternativas, de las cuales deberá elegir una sola.

En la segunda pregunta, se indaga la forma en que los encuestados conciben la revista en cuestión y el destino que se le podría dar al mismo. Por ser esta una pregunta cerrada, se ofrecen dos alternativas de respuesta, siendo estas sí o no.

En la tercera pregunta se realizó un acercamiento a la preferencia de la gente de la parroquia y su gusto por la lectura; por esta razón se propuso elegir entre texto y fotografías.

En la cuarta pregunta se indagó sobre la necesidad que tienen los habitantes de Amaguaña en poseer un producto comunicativo que enfoque temas propios de la parroquia; por ser una pregunta cerrada se propuso elegir entre el sí o no.

La quinta pregunta, podría decirse que es la continuación de la cuarta, ya que lo que se indaga es la periodicidad de emisión del producto comunicativo como es la revista de la parroquia; en esta pregunta también se ofrecen cinco alternativas, de las cuales el encuestado debe elegir una sola respuesta.

En la sexta pregunta se ejecutó un sondeo enfocado a vislumbrar la necesidad que tienen los habitantes de Amaguaña en conocer la memoria social de su parroquia. Las opciones a elegir fueron sí o no.

La séptima pregunta es un refuerzo a la respuesta de la sexta, ya que hace referencia al concepto que tiene cada persona de la memoria social de su lugar de origen; por ser una pregunta cerrada, las opciones a elegir fueron sí o no.

Aplicada la encuesta a un total de 50 personas, todos ellos habitantes de la parroquia de Amaguaña, se pudo constatar que el género de los encuestados es del 65% hombres y el 35% mujeres, cuya edad oscila entre los 10 y 35 años; se obtuvo los siguientes resultados:

Pregunta N° 1:

¿Por qué medio escrito le gustaría obtener información de la parroquia de Amaguaña?

Medio para obtener información de la parroquia de Amaguaña

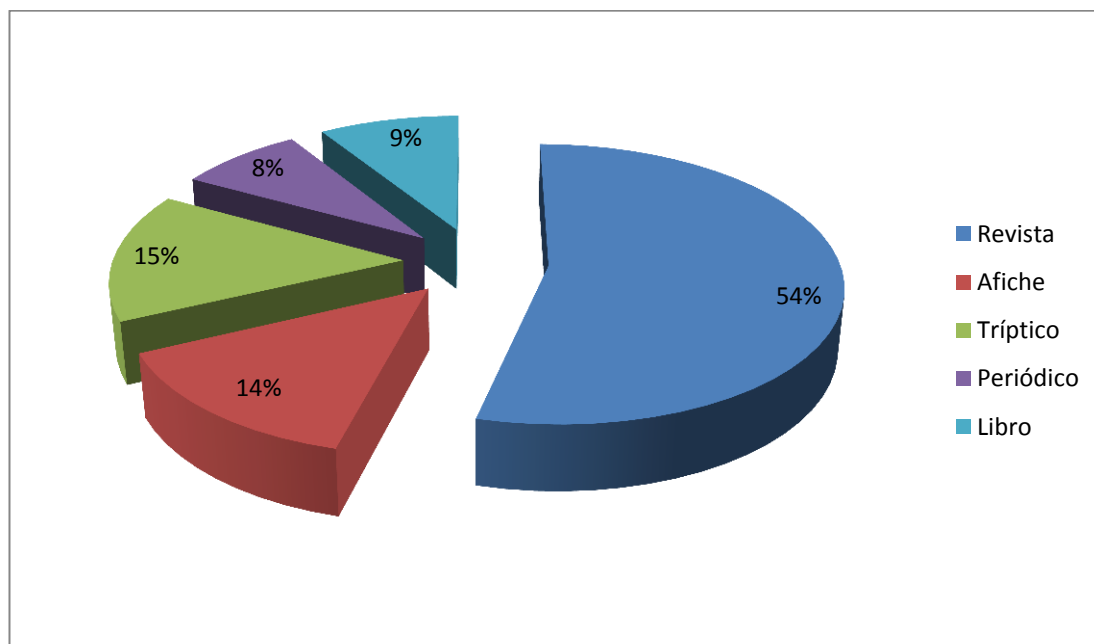


Figura 12. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

El 54% de los encuestados prefieren obtener información de la parroquia de Amaguaña por medio de revistas, el 15% por medio de afiches, 14% por medio de trípticos, 9% por medio de libro y el 8% por periódico.

De acuerdo a estos resultados se concluye que para los habitantes de la parroquia de Amaguaña, es necesario trabajar en un producto editorial, pero de formato como es la revista.

Pregunta N° 2:

¿La revista que usted ha elegido, considera que pudiera constituirse en material pedagógico?

Consideración de que la revista se constituya en material pedagógico

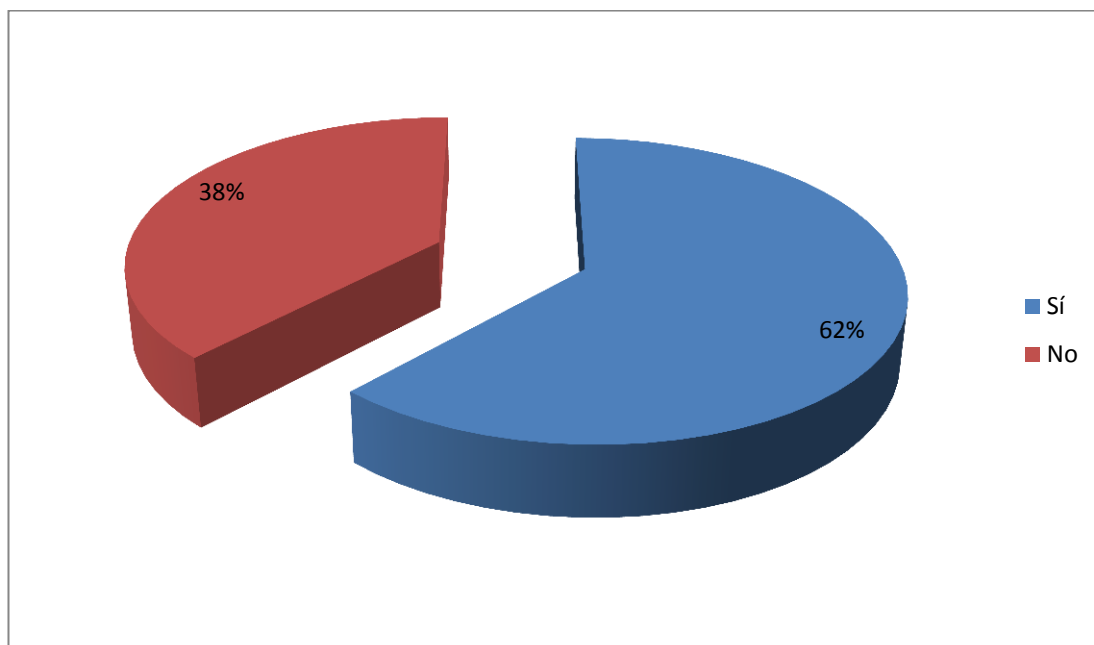


Figura 13. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

El 62% de los encuestados manifiestan que el material editorial se puede convertir en material pedagógico y el 38% no.

Frente a este panorama se considera necesario trabajar en la consecución de un producto comunicativo diferente, que sea motivante, interesante, educativo y se constituya en material pedagógico, como será la revista “Ama Huañuy”, en la cual las personas que lean aprendan, comprendan y socialicen a las demás personas interesadas en conocer sobre la parroquia de Amaguaña.

Pregunta N° 3:

¿Qué le atrae más en una revista?

Lo que atrae en una revista

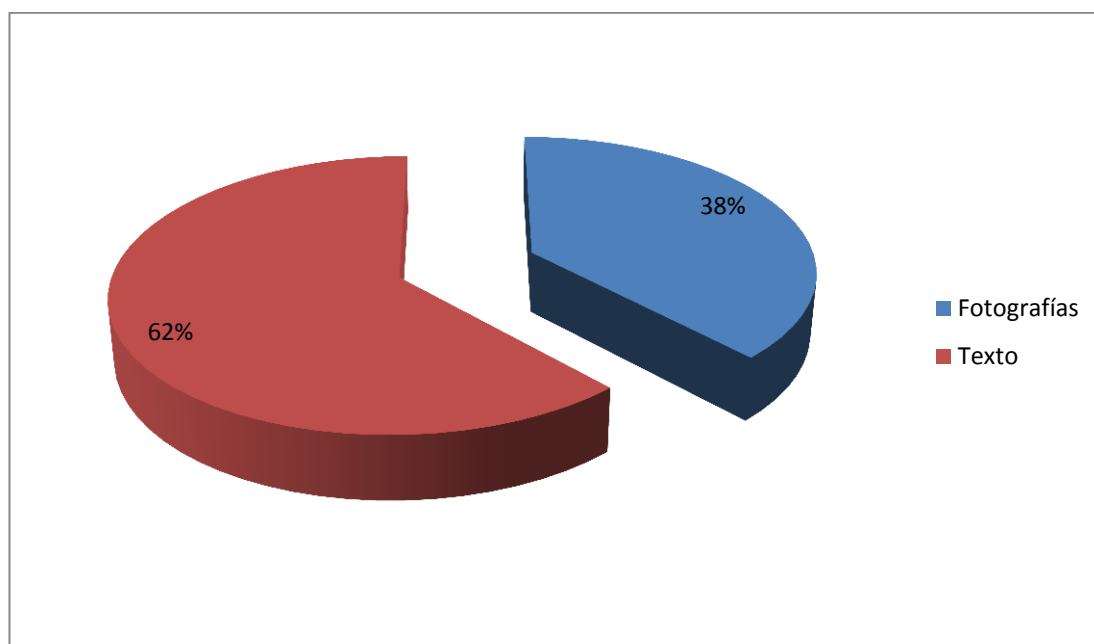


Figura 14. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

El 62% de los encuestados manifiesta que lo más interesante es el texto y el 38% las fotografías.

Los habitantes de la parroquia prefieren leer para comprender mejor el contenido de la revista, se deduce que en el presente trabajo se debe poner énfasis en el discurso escrito, antes que en el visual.

Pregunta N° 4:

¿Le gustaría tener una revista de la parroquia?

Tenencia de revista de la parroquia

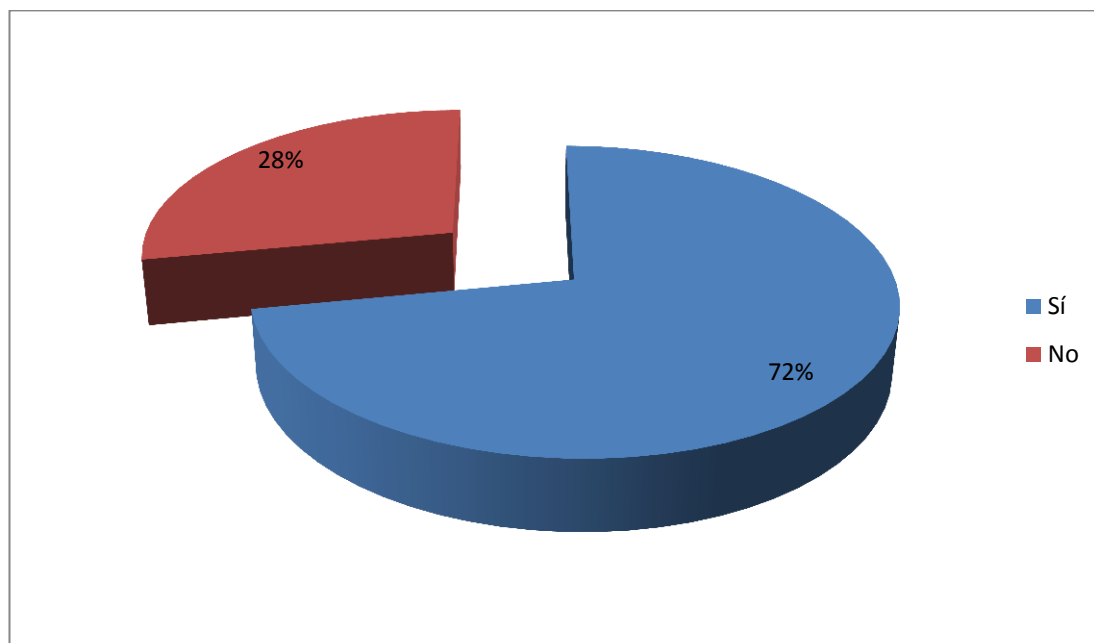


Figura 15. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

Al 72% de los pobladores de Amaguaña sí les gustaría tener una revista de la parroquia y al 28% no le gustaría.

A los habitantes de Amaguaña sí les gustaría tener una revista de su parroquia en la que se difunda temas exclusivos de la localidad, lo cual la convertirá en interesante y de actualidad para sus moradores, ya que los periódicos que circulan por el sector proporcionan una información excluyente con el sector.

Pregunta N° 5:

¿Con qué periodicidad?

Periodicidad de la revista

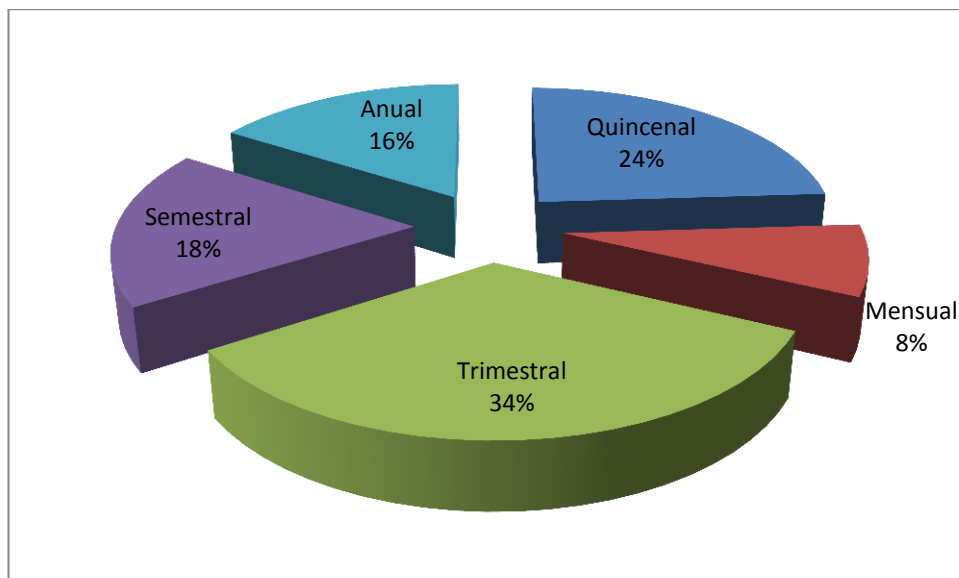


Figura 16. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

El 34% de los encuestados manifiesta que la periodicidad más adecuada de la revista sería trimestral; 24% quincenal; el 18% semestral; 16% anual; 8% mensual

El publicar trimestralmente es un tiempo prudencial para realizar la investigación, recopilar la información de la parroquia, para evitar que exista la exclusión de algún barrio, y se elimina los períodos de publicación largos ya que se perdería el interés del público por la revista.

Pregunta N° 6:

¿Considera necesario que cada individuo debería conocer la historia y la cultura de su lugar de origen?

Necesidad de que cada individuo conozca la historia y cultura de su lugar de origen

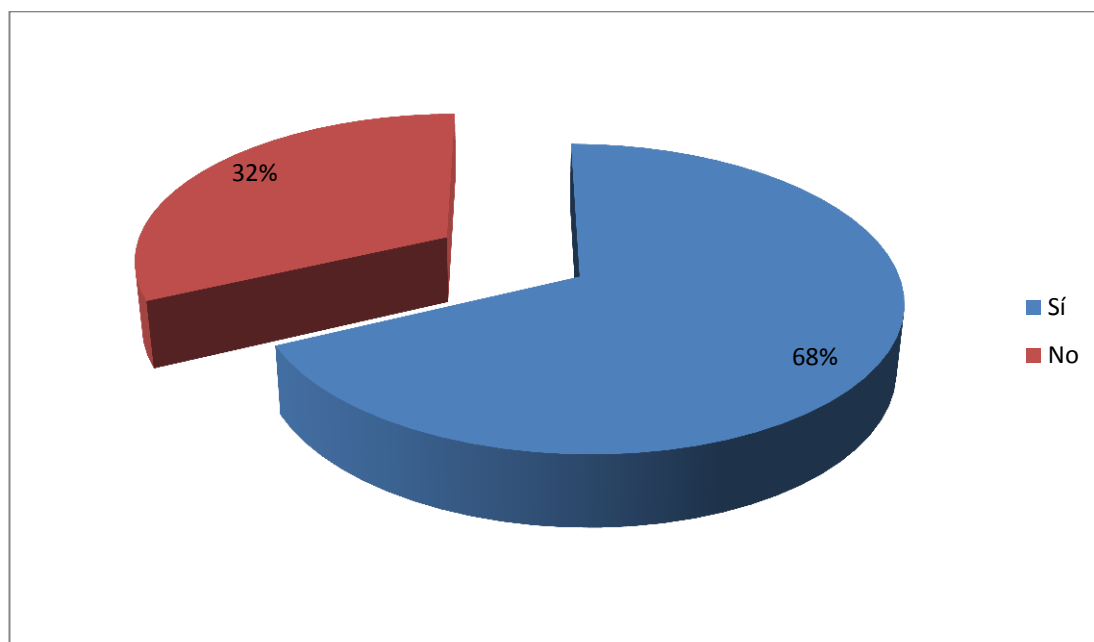


Figura 17. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

El 68% manifiesta que sí es necesario que cada individuo debiera conocer la historia y la cultura de su lugar de origen y el 32% manifiesta que no.

El conocer la historia y cultura de su lugar de origen busca fortalecer el sentido de pertenencia, para conservar la memoria social en la mente de cada individuo, para transmitirlo a las nuevas generaciones y no perder la identidad de su lugar de origen que en este caso es la parroquia de Amaguaña que tiene bellezas historias, cultura, tradiciones que lo hacen única y valiosa.

Pregunta N° 7:

¿Si la memoria social de su pueblo desaparece, le afecta?

Le afecta si desaparece la memoria social de su pueblo

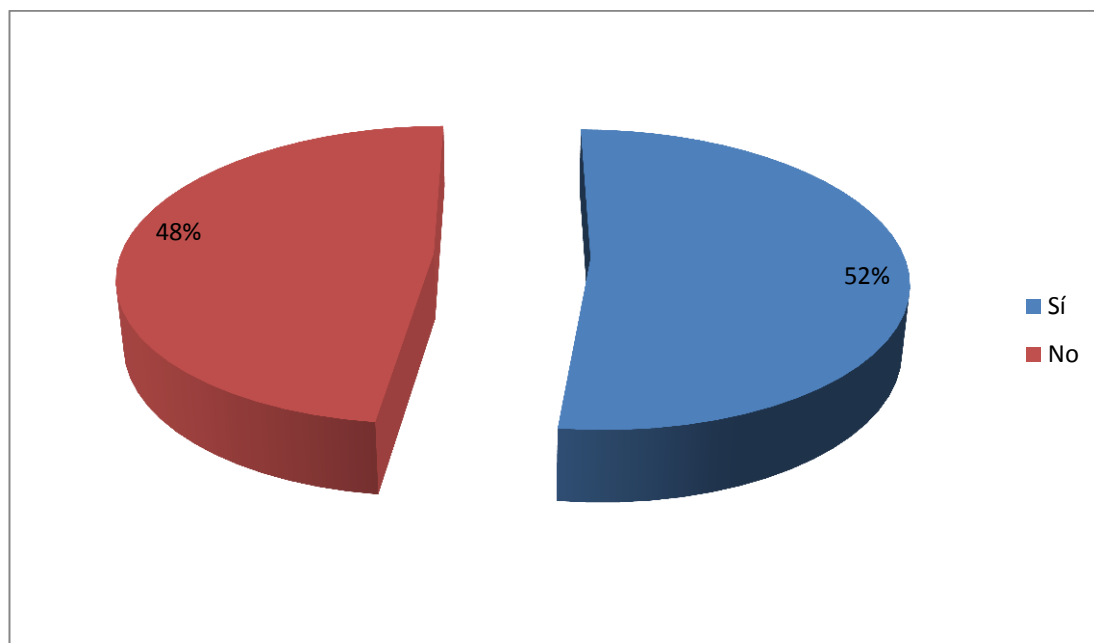


Figura 18. Fuente: Encuesta habitantes de la parroquia de Amaguaña

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Análisis e interpretación

El 52% de los habitantes de la parroquia de Amaguaña encuestados manifiestan que si la memoria social del pueblo desapareciera, sí le afectaría y el 48% manifiesta que no le afectaría.

Es necesario trabajar en el campo cultural conjuntamente con los habitantes y las autoridades de Amaguaña para fortalecer la historia y la identidad de la parroquia para un mejor desarrollo social y cultural de Amaguaña.

De las encuestas se puede demostrar que a la mayoría de los habitantes de la Parroquia de Amaguaña les atrae la idea de saber más acerca de su parroquia, ya que son escasos los medios de comunicación que promueve este tipo de acontecimientos, por lo que con la creación de la revista “Ama Huañuy” se fortalecerá la identidad cultural y se tendrá un documento para poder transmitir a las nuevas generaciones para que se siga fortaleciendo la cultura de Amaguaña.

CAPÍTULO V

ESTRUCTURA Y ELABORACIÓN DE LA REVISTA AMA HUAÑUY

5.1. Descripción del producto

El producto se realiza con el propósito de registrar la memoria social de la parroquia de Amaguaña y compilarlo en un documento escrito, el mismo que servirá como herramienta de discusión en la transmisión cultural de la parroquia; con el fin de que sus habitantes puedan recuperar, cuidar, fomentar y defender su identidad y cultura.

La revista en cuestión no sólo que será educativa, sino que al mismo tiempo publicitará los sitios más llamativos del sector, a través de espacios comerciales, con el fin de atraer a turistas locales y foráneos, a quienes, a través de este producto, se tratará de involucrarlos en el tema de la recuperación la memoria social de la parroquia de Amaguaña.

5.2. Selección del nombre

Una vez analizada la temática y el enfoque de la revista, se cree necesario enlazar al nombre de la misma con su contenido y su público objetivo. Para lograr esta conexión se parte de un conjunto de tres nombres que se identifiquen con la parroquia, siendo estos los siguientes: “Amaguaña”; “Amaguaña por siempre” y “Ama Huañuy”. Para la elección del nombre, se le ha dado un papel muy importante a la terminología coloquial cotidiana de los habitantes del sector; por tal razón se ha elegido como nombre de la revista a “Ama Huañuy”; ya que esta al formar parte del léxico amagüañense, ayudará a posesionar el presente producto en la parroquia.

5.3. Estructura de la revista

Nombre:	AMA HUAÑUY
Páginas:	16 (portada y contraportada)
Formato:	21 X 29,7 cm
Color:	Full color

Papel:	cuché mate de 120 gramos y portada de 150 gramos
Terminado:	grapado
Difusión:	Revista local, 1.000 ejemplares. (Depende del financiamiento)
Distribución:	Gratuita en puntos y lugares estratégicos.
Periodicidad:	Trimestral

5.4. Efectos proyectados a partir de esta nueva alternativa

Ser una revista de gran circulación y con contenidos útiles al habitante de la parroquia, que influya de una manera positiva en la construcción de su visión cultural.

Convertirse en material pedagógico cuando los estudiantes necesiten consultar sobre la parroquia de Amaguaña

Incentivar al turista para que Amaguaña sea su punto de llegada cuando de viajar se trate.

5.5. Variables a evaluar

a) Número de contratantes

Evaluar el número determinado de clientes que nos permitan solventar los gastos de la planeación, impresión y distribución de la revista.

b) Contenidos

Contenidos que impriman talento, e ilustren la magia cultural de la región, pero que a la vez sirva a turistas en la toma de decisiones y satisfaga a nuestros patrocinadores.

c) Calidad en la distribución

Evaluar continuamente la entrega a nuestros lectores meta, los distintos tipos de distribución, el impacto obtenido (lectores y patrocinadores).

d) Puntos de distribución

El número de estos debe ser de acuerdo a la afluencia y su clientela, siendo las mejores alternativas la plaza central, establecimientos educativos, instituciones públicas, mercado, la sede del Gobierno Autónomo Descentralizado de Amaguaña, hosterías, paraderos, y otros sitios de afluencia de los habitantes de la parroquia.

5.6. Segmentos de la revista

Tomando como punto de referencia la interpretación de resultados de la encuesta realizada para este trabajo, se ha creído pertinente que el período de reproducción de la revista sea trimestral; facilitando de esta manera presentar los temas investigados previamente.

La revista Ama Huañuy se dividirá en cinco segmentos con diferente temática; cada segmento abordará un solo tema por emisión. Se ha tomado esta decisión debido a que se tiene presente que la memoria social de esta parroquia es extensa y en apenas 16 páginas es imposible plasmarla de una manera total, ya que al hacerlo se estaría cayendo también en una exclusión zonal; por tal razón se aspira a que dicho producto tenga una emisión de al menos 3 números. Los segmentos fijos de Ama Huañuy son:

5.6.1. Amaguaña presente

En este acápite se presenta la situación actual de la parroquia, citando sus edificaciones, paisajes, en especial a diferentes personalidades que se han destacado en el arte, el deporte, la cultura; personas que con su accionar han contribuido a presentar el Ecuador que hoy lo conocemos. El objetivo de este segmento es mostrar al público el desarrollo que Amaguaña y su gente ha conseguido a través de los años.

5.6.2. Amaguaña en la historia

La historia es un referente del ser humano a través del cual este podrá proyectarse al futuro. Comprender el presente es imposible sin hacer referencia a la historia, ciencia a la cual no se la debe tomar como una simple sucesión cronológica de

acontecimientos, sino como constructora del futuro, ya que al mantener estrecho conocimiento del patrimonio, lugares, la política, etc., dicho conocimiento se arraigará en la mente del hombre, convirtiéndose así en memoria social; por tal razón este segmento se lo plantea bajo la perspectiva de plasmar los diferentes sucesos que Amaguaña ha vivido a través de la historia, y compartirlos con su gente, con la finalidad de fortalecer la identidad y el orgullo amagüañense.

5.6.3. Amaguaña tierra de fantasía

Este segmento se fundamenta en la investigación bibliográfica y en el trabajo de campo, donde se ha dado privilegio al comentario de los adultos mayores más antiguos del lugar, quienes relatan los posibles orígenes de esta parroquia, sus tradiciones sus mitos, etc. El objetivo al plantear esta sección, se origina en el deseo de compartir las leyendas de la parroquia, ya que las mismas van desapareciendo del conocimiento popular amagüañense.

5.6.4. El sabor de Amaguaña

En esta sección se presenta a los diferentes negocios que por su tradición y atención se han convertido en puntos de llegada para los diferentes turistas que llegan a Amaguaña, así como también para los moradores del lugar; siendo estos las diferentes hosterías, paraderos, picanterías. El objetivo es vincular la cultura gastronómica amagüañense con el turismo del lugar.

5.6.5. Amaguaña y sus tradiciones

Los valores culturales es un tema muy importante dentro de esta investigación periodística, por esta razón, en este segmento se presenta la cultura de Amaguaña: sus fiestas, los personajes de sus fiestas, diferentes elementos culturales del sector. Para esto se ha realizado la investigación de diferente bibliografía relacionada con la cultura andina, así como también entrevistas con líderes indígenas, ya que para entender al mundo andino, se lo debe mirar desde sus vivencias. El objetivo de este segmento es crear espacios de recuperación, promoción y discusión histórica cultural de la parroquia, entre los habitantes de la misma.

5.7. Diseño editorial

Para efectos del presente trabajo, se ha creído pertinente enfocar los tópicos concernientes a la elaboración de la revista Ama Huañuy.

Teóricamente el diseño editorial de la revista es la maquetación, diseño, diagramación, composición de un producto impreso. Lo que se proyecta mediante este proceso es conjugar la funcionalidad, la creatividad y la estética, de manera que dicho producto pueda transmitir el mensaje deseado y crear sensaciones en el receptor; para esto se debe tener cuidado de lograr una unidad armónica entre: el texto, la imagen y la diagramación.

Unidad armónica del diseño editorial

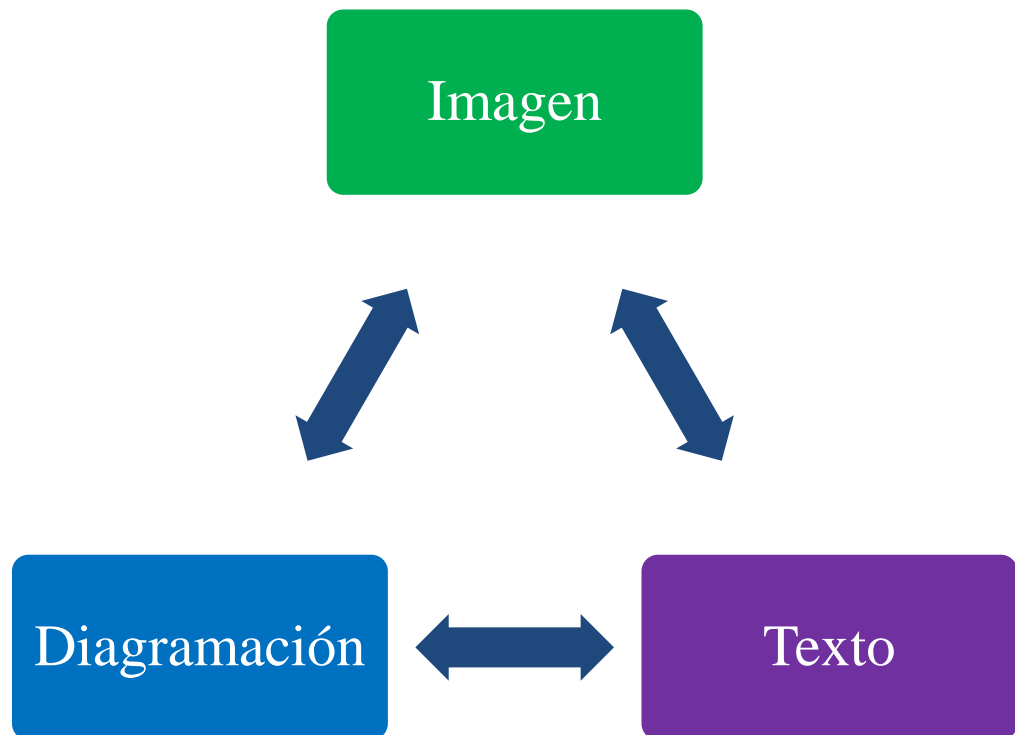


Figura 19. Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

En el proceso de edición editorial se debe conocer:

5.7.1. Los puntos comunes:

El producto

Es el tipo de contenido que se planea presentar, en vista de que no es lo mismo publicar medicina, arte, o farándula. La revista Ama Huañuy tiene planificado trabajar sobre la memoria social de la parroquia de Amaguaña, recopilando su historia y cultura.

Público objetivo

Es decir a quiénes está dirigido el producto sobre el que se está trabajando, debido a que de aquí depende la composición del producto, ya que no es lo mismo el contenido de un medio dirigido a las amas de casa que el contenido de medios dirigido a deportistas. El público objetivo al que está dirigida la revista en cuestión es a los habitantes de la parroquia de Amaguaña, así como también a turistas, cuya edad oscile entre los 10 y 50 años.

Medios

Pueden ser libros, revistas, folletos, trípticos, etc. Cada uno de ellos tiene sus propias características como son: formato, composición, contenido. Líneas arriba se expuso que el formato elegido para el presente trabajo es una revista con la finalidad de aprovechar su versatilidad, debido a que a este formato se lo puede dividir en segmentos.

La competencia

Son diferentes empresas que trabajan sobre el mismo tema, producto, público, medios; al conocer a la competencia resulta más fácil ubicar y aprovechar sus falencias. En Amaguaña no existen personas ni empresas que trabajen sobre este tema ni sobre este formato, por lo que no existe el riesgo de la competencia.

Para delimitar un diseño editorial, es necesario en primer lugar definir el tipo de producto sobre el que se va a trabajar, para luego ubicar el contenido y el público objetivo; ya en esta parte del camino se tiene claro el estilo a utilizarse: “El estilo

hace referencia a la forma y reglas de las que el diseño va a atenerse. ¿Qué tipografía?; tipo de papel, retícula, tipo de fotografías, logotipo, nombre, acomodo de texto, etc.” (Manjarrez, 2010, pág. 78)

5.7.2. La estructura del diseño

Todo diseño editorial debe contener:

Claridad:

El lector debe entender el mensaje sin ninguna clase de desviación, sin dejar aristas sueltas.

Legibilidad:

La tipografía elegida debe ser efectiva a la hora de leer, de manera que el lector no tenga que acercarse ni alejarse del producto; para conseguir este efecto se ha elegido trabajar con letras con serifas, texto estándar, cuyo tamaño es de punto 10.

Funcionalidad:

Debe cumplir la función para la que ha sido proyectada, pudiendo ser informativa o comercial. A este respecto la revista Ama Huañuy está cumpliendo las dos funciones informativa y comercial.

Teniendo cuidado de manejar profesionalmente el estilo elegido, se logrará atrapar al lector. En esta fase del trabajo se utiliza la herramienta llamada retícula; a través del uso de la misma quedan determinados los espacios, el tamaño de la hoja, la ubicación fotográfica, la ubicación de los diferentes elementos gráficos y visuales.

La Retícula

La retícula es una herramienta utilizada para la composición de una página editorial, la misma que se construye partir de cálculos matemáticos que permiten dividir la página sobre la que se trabaja y en la cual se insertarán imágenes o textos.

Partes de una retícula

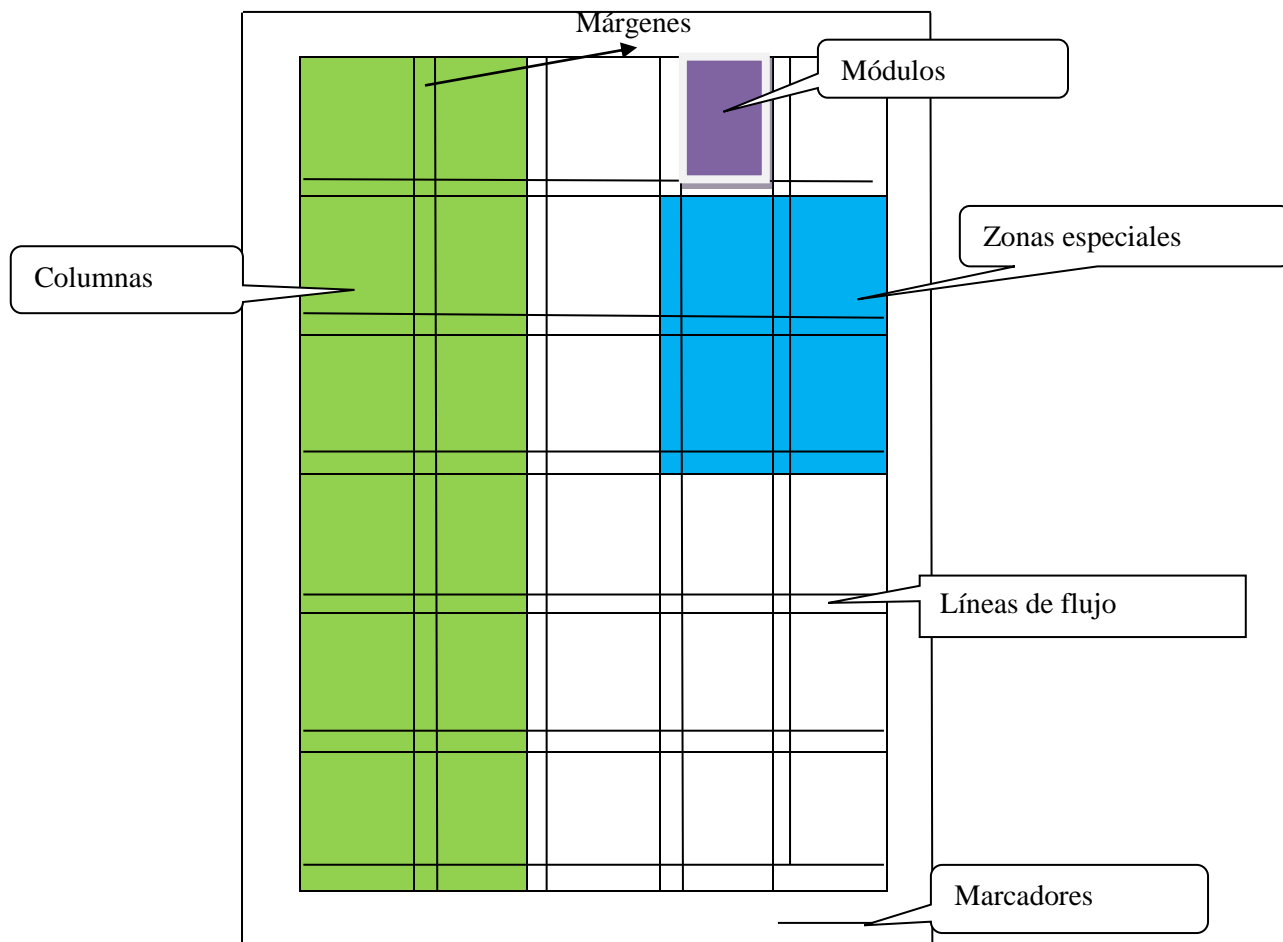


Figura 20. Fuente: Taller de diseño editorial Entre Corondeles y Tipos

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

En el esquema anterior es donde se ubicarán los gráficos y textos según el criterio del diseñador gráfico. Su construcción dependerá de él mismo, quien antes de su elaboración, deberá tener muy claro el mensaje que desea enviar, el concepto y el estilo de comunicación que desea conseguir.

5.7.3. Elementos de diagramación

La portada	Es la imagen del emisor o de la revista, se debe tener mucho cuidado al elaborarla, ya que de ella dependerá si el público responde o no ante el producto.
Los segmentos	Es la división de la revista en temas, pudiendo ser: salud, deportes, cultura, etc., pero dentro de la misma revista.
El encabezado	Por lo general se ubica al inicio de cada artículo, en la parte superior, y es el lugar en el que van los títulos.
Títulos	Son los que le dan el nombre a cada bloque de texto o artículo; su tamaño debe sobresalir del resto del texto; su función es atrapar al lector. Encierran dentro de sí un bosquejo del tema a tratar.
Antetítulos	Son textos cortos corto que van precediendo a los títulos, estos le dan más fuerza a los títulos ya que permiten ofrecer más datos para reforzar el mensaje.
Subtítulos	Resumen el contenido de todo el bloque
Pie de foto	Es un texto pequeño que va junto a las fotografías, orienta al espectador hacia una interpretación concreta.
Bloque de texto	Son los párrafos donde se encuentran toda la información del artículo.
Slogan	Es la frase que va junto o debajo del logotipo.
Imágenes	Fotografías, marcas de agua, trazos dibujos que refuerzan el mensaje que porta el producto comunicativo. Se las debe colocar de manera que dirijan la atención del receptor hacia el interior de la composición.
Capitulares	Son letras de mayor tamaño que van al inicio del artículo, esta letra sobresale del conjunto de letras que forman el párrafo.
Cuadro de apoyo	Son textos que se ubican fuera del bloque de texto, y que presentan un contenido diferente, pero que refuerza el

	mensaje.
Negrillas	Sirven para dar énfasis a determinado texto.
Cursivas	Se las utiliza como herramienta referencial, es decir para indicar que la frase fue dicha por alguna persona.
Columna	Es el lugar donde aparece el texto o la imagen dentro de la composición.
Destacados focales	Es el extracto más importante de algún artículo, sirve para atrapar al lector.
Medianil	Es el espacio que separa a las columnas dentro de la composición.
Tipografía	Es el tipo de letra elegido para la constitución de los bloques de texto.

Tabla 6. Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

En cuanto a la ubicación de las imágenes, los expertos aconsejan: que el punto visual de mayor impacto se ubica en el costado izquierdo superior de las composiciones; por lo que es conveniente colocar los colores cálidos al costado izquierdo, y los fríos al frente, es decir al costado derecho.

5.7.4. Tipografía

La tipografía tiene que ver con el estudio, diseño y clasificación de los diferentes tipos de letras y sus familias, los números, los espacios, el intertipo interlínea, y la medida de línea, que son utilizadas en una composición.

La forma más usual de clasificar las letras, es según posean o no serifas. Entendiéndose por serifas a los pequeños rasgos que se hallan en las terminaciones de las letras, especialmente en las que tienen su ubicación de manera inclinada, verticales o diagonales.

Las serifas son utilizadas por el efecto visual que provocan, ya que crean en el ojo la ilusión de una línea horizontal que desplaza la vista al leer, facilitando de esta manera la lectura.

Las letras sin serifas, llamadas también “palo seco”, son aquellas que no poseen ningún rasgo en sus terminaciones; no son aconsejables utilizarlas en textos extensos, debido a que su efecto visual aparece como una sucesión de palos verticales, dificultando de esta manera la lectura. Son utilizadas en titulares, rótulos, anuncios, textos cortos; pero son de mayor demanda en los medios electrónicos. A este conjunto pertenecen entre otras: Arial, Arial Black, Impact, Lucida Sans Unicode, Tahoma, MS Sans Serif, Trebuchet, etc.

Las letras con serifas son aquellas que si contienen remates en sus terminaciones y su efecto visual ayuda en la lectura de un texto amplio, por esta razón son utilizadas en libros, periódicos, revistas, etc., Entre las letras con serifas tenemos: Book Antigua, Georgia, Palatino Linotype y Times New Roman.

Al ir conformando la composición, se debe tener cuidado de evitar la presencia de las viudas y las huérfanas, ya que estéticamente no figuran dentro de la redacción.

5.7.5. Formato del papel

Para el presente trabajo se ha tomado el formato A4, cuyas dimensiones son: 29,7 X 21 cm.; dimensión que ha sido normalizado por la norma DIN, la cual es una sigla europea que corresponde a “*Deutsches Insitut für Normug - Instituto Alemán de Normalización*”.

El presente formato nace de su forma básica:

El pliego es la forma más básica de cualquier formato. Si se hace un doblez al pliego, se obtendrá la mitad del pliego o folio, que representa 2 hojas de papel o 4 páginas.... El material impreso normalizado se desarrolla a partir de las serie A, B, C, D. (Brockman, 1992, pág. 16)

Al realizar dobleces al pliego de papel de formato AO-A10, se obtiene los siguientes formatos:

Formatos AO – A10

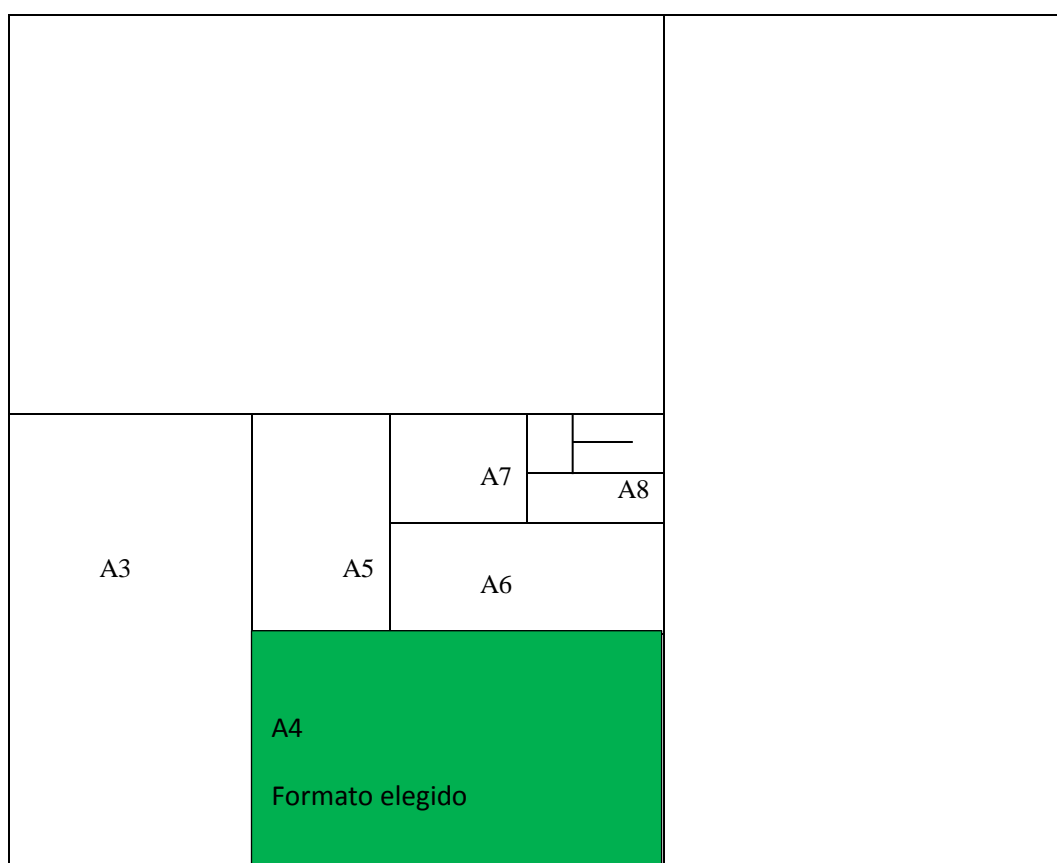


Figura 21. Fuente: Sistemas de retículas

Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Este bagaje teórico es el que orienta el trabajo para la maquetación y elaboración de la revista Ama Huañuy.

5.8. Diseño de la revista Ama Huañuy

Para el diseño de la revista Ama Huañuy, como primer paso se eligió el formato de impresión A4, procediendo a delimitar la retícula, que fue dividida en cuatro cuartos, a dos columnas, con una línea de flujo o medianil de 4 milímetros y margen de 1,5cm. a cada lado.

5.8.1. Diagramación

5.8.1.1. Portada

Para la portada de Ama Huañuy se ha elegido como fondo la fotografía del Ruco de Amaguaña (Es un personaje propio del Valle de Los Chillos, pero que si posee rasgos sobre todo en su manera de bailar que lo diferencian del resto de Rucos del Valle), representado en la danza de un niño de la parroquia.

Para el nombre de la revista o logotipo, se trabajó con letras con serifas, siendo esta Capitals Regular de 88 pt, para la palabra “AMA”; mientras que para la palabra “HUAÑUY” se utilizó Birth of hero Regular de 115 pt, siendo su altura de 3,5 cm., y su extensión de 17,3cm.

El slogan está construido con letra Optimus princers semi bold punto 14.

Para darle el color al logotipo se trabajó en base a los colores de la bandera de Amaguaña.

Los títulos de la revista Ama Huañuy son de tamaño variable, están construidos en letra Century Gothic Bold. Mientras que los antetítulos en Optimus princers semi bold.

Para los bloques de texto se ha elegido como texto estándar la letra Times regular de punto 10.

Para los encabezados: Times Bold de 16 puntos y Optimus princers de 11 puntos.
La numeración está escrita con letra Century Gothic bold de 10 puntos.

Los textos de pie de foto, y los cuadros de denotación o de apoyo tienen letra Arial italic de 10 puntos.

5.8.1.2. Herramientas

Para la diagramación y el diseño de la revista Ama Huañuy se trabajó con tres programas de software, los cuales fueron:

Adobe In design:

Con esta herramienta arrancó el trabajo, debido a que a partir de ella se elaboró la retícula, para posteriormente conjugar el texto y la imagen de una manera acorde y armónica en el momento de la diagramación. Este software es de gran ayuda en este tipo de labor, ya que permite al diseñador jugar con los espacios y contenidos de una manera segura debido a que las guías le ayudan a mantener una secuencia coherente en el mensaje que se busca proyectar.

Adobe Illustrator:

Este programa permite realizar trabajos lineales, por lo que se lo utilizó en la portada, en los títulos y subtítulos, pie de foto. A partir de este software se logró obtener los contrastes en la tipografía, el tamaño y el estilo de los diferentes textos.

Adobe Photo shop:

Este software permite trabajar con imágenes, por lo que es de gran ayuda en el momento de manipular las fotografías. En la elaboración de la revista Ama Huañuy fue de vital importancia, debido a que permitió corregir fallas en las imágenes, suprimir a los elementos que no son parte de la construcción del mensaje.

El paso previo al diseño de la revista, fue la elaboración del machote, en el cual se logró obtener un borrador de las ideas acerca del producto deseado. Al conjugar las tres herramientas electrónicas anteriormente expuestas, se logró plasmar la pieza editorial: “Ama Huañuy”.

5.9. Manual de imagen

El manual de imagen es un documento en el que se diseñan las líneas guías sobre las que se trabaja la imagen de una compañía, servicio, producto o institución. En este documento se definen las normas que se deben seguir para imprimir la marca y el logotipo del emisor. Este manual es eficiente en la producción de soportes internos y

externos de la identidad de una corporación, poniendo énfasis en los productos que están dirigidos al público que será el potencial cliente.

Los formatos en los que trabaja este manual son: posters, folletos, catálogos, pancartas, flyers, papel de carta, sobres, tarjetas de visita y televisión.

En el manual de identidad corporativa o de imagen se describen los signos gráficos escogidos por el emisor para mostrar su concepto, así como todas sus posibles variaciones como: forma, color, tamaño, tipografías de letras, fuentes y soportes.

Aquí se explica su forma, oportunidad y lugar de utilización de cada uno de los elementos a los que se echa mano en la producción del soporte, mediante la inclusión de ejemplos gráficos. Se muestran también las normas prohibitivas de sus aplicaciones. Por lo tanto se describen todas las formas posibles y posibilidades para representar el logo de la empresa, su tipografía a utilizar en documentos, así como los colores que se utilizan.

5.9.1. Manual de imagen para la revista Ama Huañuy

En base a lo anteriormente señalado, el manual de imagen para la revista Ama Huañuy, trabaja en función de cubrir:

a) Necesidad

No existe en la parroquia un producto que registre el paso de Amaguaña por la historia; sin tomar en cuenta que un gran número de habitantes del sector son potenciales consumidores ávidos de nuevas alternativas que hagan más económica, placentera e ilustrativa la experiencia de conocer este sector.

También existe una gran afluencia de turistas que visitan el lugar, sin embargo no existe una publicación de distribución gratuita con contenido regional orientado a informar de manera oportuna a lectores internos o externos de las experiencias que puede tener al conocer Amaguaña y su cultura andina.

b) Soluciones que satisfacen esta necesidad

Ante esta necesidad de cientos de personas, se propone la circulación de una revista con información de interés cultural y turístico, misma que mediante la investigación, planeación, publicación y posterior distribución estratégica del material, cumpla con esta necesidad de información y se convierta en una herramienta de discusión.

Esta información recopilada de manera trimestral pretende sea de gran valor en la percepción cultural de sus habitantes de manera que la cosmovisión andina no vaya a desaparecer.

c) Concepto

¿Qué es el logotipo?

Es el emblema tipográfico permanente, propio del diseño de las letras de una marca.

¿Qué es el slogan?

Es un pequeño texto que se ubica junto o debajo del tema o frase de un anuncio, el cual resume el mensaje publicitario. Está pensado para que el consumidor memorice el mensaje publicitario.

➤ Nombre y slogan de la revista

- AMA HUAÑUY (La tierra de no morir)

➤ Logotipo



Representado por las palabras AMA HUAÑUY, que es el nombre que vamos a posesionar en el mercado

➤ **Slogan**

La tierra de no morir

Especificación de los elementos del logotipo

Para fondos claros



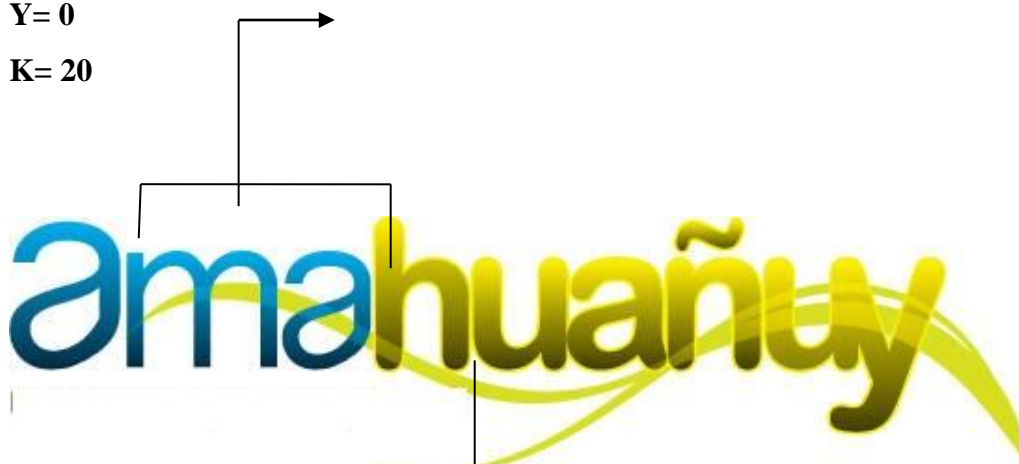
Grafimetría

C= 80

M= 0

Y= 0

K= 20



C= 0

M= 0

Y= 50

K= 50

Requisitos de tamaño

➤ Con slogan, para uso de la revista:

Ancho: 13,84 cm

Alto: 3,41 cm.

Para uso de otras publicaciones, trípticos, afiches publicaciones el uso debe de ser proporcional.

- Sin slogan inferior a 5 cm

Para uso en anuncios pequeños, lápices, llaveros y cualquier material pequeño.

Cambios que no se deben realizar al logotipo

- No alterar las proporciones de ninguno de los elementos del logo.
- No alterar el orden de los elementos del logo.
- No cortar y/o borrar ningún elemento del logo.
- No separar el logo.
- No estirar, distorsionar el logo.
- No añadir ningún otro elemento al logo.
- No se debe cambiar de posición, proporción, color o símbolo.

Especificación de colores



- Logo Full-Color

El logo full-color se usará solamente sobre fondos blancos o crema suave.

El logo full-color deberá ser usado cuando se coloca sobre otros colores sólidos o fondos fotográficos.

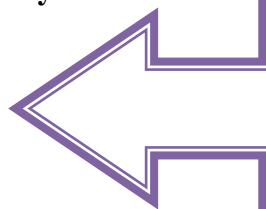
El logo full-color no deberá ser usado directamente sobre cualquier fondo o de fotografía, deberá ser utilizado con un trazo proporcional.

Tipografía

La tipografía primaria a utilizar será:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Times New Roman PSMT

Tipo: True Type

Codificación: Ansi

Fuente Real: Times New Roman

Tipo de Fuente real: True Type

La tipografía del logo no debe ser utilizada en otros textos de la revista, tiene restricción de este tipo de letra, ya que se desea otorgar individualidad y distinción.

Escala cromática del logotipo

Full Color



Blanco y negro



Escala a gris



d) Justificación del concepto:

Logotipo:

Está constituido por la unión de dos palabras de idioma Kichwa AMA HUAÑUY, cuya traducción en español es: “No morir” y es el posible nombre de la parroquia desde y a la cual está dirigida.

En cuanto a la elección de los colores es:

- **Amarillo:** Debido a que Amaguaña era uno de los principales productores de maíz del valle de los Chillos.
- **Celeste:** Representa la gran cantidad de vertientes de Agua de la parroquia.
- **Verde:** Representa a los suelos la vegetación del campo amagüañense

Slogan:

La tierra de no morir

La frase se la ha tomado del coloquio popular amagüañense, de esta manera identifica el producto, y el público al cual está dirigido y lo que se pretende con el producto.

5.10. Estrategia de difusión

Para la presentación del primer número de la revista Ama Huañuy, se ha realizado una serie de conversaciones con el Gobierno Parroquial de Amaguaña, con el propósito de coordinar dicho evento. Lo que se ha solicitado es que la comisión de fiestas de parroquialización, incluyan el lanzamiento de la revista como parte del programa festivo.

La comisión organizadora ha acogido de buen gusto la propuesta, resolviendo que dicha programación se la realice cuando ambas partes crean conveniente, debido a que el momento político de transición no es el más apto para dicha realización; quedando de acuerdo que dicha programación tendrá lugar en las instalaciones del auditorio de la parroquia, más conocido como “La casa del pueblo”, en una fecha cercana.

Se ha previsto que los invitados al evento serán un número de cinco alumnos de cada institución educativa del lugar, dando un total de cincuenta estudiantes, a más de diferentes autoridades de la parroquia. El número proyectado de asistentes al programa es de cien personas, a quienes se les hará llegar un ejemplar de la revista.

Posterior al evento, se hará llegar un determinado número de ejemplares a las instituciones asistentes al programa y a los auspiciantes de la revista, para que distribuyan las mismas de manera gratuita entre sus clientes.

5.10.1 Presupuesto para el lanzamiento de la revista en la parroquia de Amaguaña

Presupuesto para el lanzamiento de la revista

Actividad	Recursos	Cantidad	Val/unit.	Val /Tot.	Contraparte	Cooperante	Otros
Acercamiento al GAD y diferentes autoridades.	Movilización	2 fondos	20.00	40.00		35.00	5.00
	Teléfono	2 fondos	10.00	20.00		20.00	
	Alimentación	10 almuerzos	2.00	20.00		20,00	
Lanzamiento	Invitaciones	60	1,00	60,00		50,00	10,00
	Equipo de amplificación	1	400.00	400.00	400,00		
	Personal de catering	3	30.00	90.00		90,00	
	Maestro de ceremonia	1	100.00	100.00	50.00		50,00
	Sillas plásticas	120	0,25	30,00	30,00		
	Diplomas	20	3,00	60,00			60,00
	Bocaditos	200	1,00	200.00		200.00	
	Champan	10 botellas	6.00	60.00		60.00	
	Cristalería	100 copas	0,10	10,00			10,00
	Local	1	250,00	250,00	250,00		
				\$1340,00	\$730.00	\$475.00	\$135.00
				Subtotal			\$1,340.00
				Imprevistos 5% (Otros)			\$ 67,00
				TOTAL			\$1,407,00

Tabla 7. Elaborado por: Carlos Gualotuña y José Guachamín.

Es necesario mencionar que para garantizar la gratuidad en la entrega del presente producto, se ha destinado el cuarto inferior de las páginas internas para la publicidad, a fin de solventar los gastos que demanda la realización y difusión de un producto comunicacional, por tal razón se está visitando los diferentes comercios y entidades financieras de la localidad en pos de conseguir mencionado financiamiento.

Se han designado nueve carillas para incluir la publicidad dentro de la revista; para esto se ha tomado el cuarto inferior de cada carilla cuyas dimensiones son: 7,5 X 20,5; el valor económico que se le propone al futuro cliente es de ochenta dólares por cada cuarto contratado. A más de estos nueve espacios tenemos la carilla posterior

de la última página escogida solamente para publicidad; el valor propuesto es de \$500,00 por la página exterior.

5.11. Primer número de la revista “Ama Huañuy”

La revista Ama Huañuy presenta diferentes momentos de la historia de la parroquia de Amaguaña, sus personajes y su cultura. Sus conceptos y su presentación están pensados en función de un fácil entendimiento, de manera que la misma sea atractiva entre grandes y chicos.

Contraportada

Está dividida en dos columnas, cada una tiene un autor diferente con su mensaje:

Editorial:

La carta editorial es una manera de justificación del trabajo, ya que invita al público a mantener un registro de la memoria social de la parroquia.

Bienvenida:

La bienvenida está a cargo del presidente de la parroquia el señor Milton Pachacama, en el cual ofrece un bosquejo de las fiestas de la localidad.

En el cuarto inferior constan los créditos y el índice.

Amaguaña presente

El ocaso de un grande

Aquí se presenta una reseña de la importancia que tuvo la llegada del señor Carlos Lara a la parroquia.

Amaguaña en la historia

¿Cómo nació el corso de flores y serpentinas en Amaguaña?

Este segmento está designado a describir la historia del carnaval, su origen en la parroquia de Amaguaña; se ha escogido este tema debido a que esta es la fiesta de más renombre del lugar.

Amaguaña tierra de fantasía

Posible origen de Amaguaña

Este segmento enfoca las leyendas de Amaguaña, de ahí el nombre del segmento. Por lo tanto aquí se plasma el posible origen de la parroquia; así como también la llegada de los primeros habitantes del lugar. Este artículo se lo ha escrito a partir del comentario de la gente más antigua del sector.

El sabor de Amaguaña

El Carrizal

Es un lugar tradicional entre los habitantes de la parroquia, el sabor de la comida que en el lugar se vende atrae también a turistas.

Amaguaña y sus tradiciones

Los bailarines de Amaguaña

Plantea el significado de la danza, los bailarines y demás elementos que aparecen en la celebración de las fiestas de Amaguaña, según la cosmovisión andina.

CONCLUSIONES

1. Es necesario realizar una investigación previa para realizar este producto, la misma que fue realizada con las personas que forman parte del gobierno parroquial del lugar, y sobre todo con los familiares de las personas que de una u otra manera fueron los iniciadores del curso de flores y serpentinatas que es la celebración de una de las fiestas de mayor convocatoria de Amaguaña, siendo el 54% de los encuestados (Figura 12) que manifiestan el interés por la creación de una revista de la parroquia.
2. Se realizó un diagnóstico del tema escogido, para buscar sus principales beneficiarios de esta información, es decir lo que se buscó es que por medio de la creación de esta revista se genere el interés de los habitantes de Amaguaña por recuperar su contexto y territorio cultural, de acuerdo con el 62% de los encuestados (Figura 13).
3. Es necesario que la revista contenga texto sobre la historia, costumbres e identidad de Amaguaña de acuerdo con el 62% de los encuestados (Figura 14) para poder transmitir a las futuras generaciones lo valioso de la parroquia y que se conserve su historia, cultura y tradiciones.
4. Un soporte gráfico visual bajo el concepto de una revista con carácter de informativo recupera la memoria social, mediante las fotografías de la historia y cultura de la parroquia para que sean sustentados en la información y sobre todo en las imágenes que fortalecen la información de tal forma que atrae a ser vista, ya que el 72% de los encuestados (Figura 15) manifiestan que si les gustaría que se edite una revista de la parroquia.
5. Es necesario incorporar estos productos comunicacionales para fomentar la participación comunitaria; los cuales deben ser creados con objetivos primordiales como la atracción de su uso.

6. El 34% de los encuestados (Figura 16) manifiestan que la periodicidad de la revista debe ser trimestral.
7. En esta clase de trabajos el valor de las imágenes es importante porque ayudan al interés de las personas, la imagen solventa atrae y vende, lo que hace que cada individuo conozca la historia y la cultura de Amaguaña de acuerdo con el 68% de los encuestados (Figura 17)
8. Es posible la difusión de este producto sin la necesidad de ser una revista comercial, su contenido aborda temas que la mayoría de la población de Amaguaña no conoce, con esto se genera interés en consumir este producto.

LISTA DE REFERENCIAS

- Acaso, M. (2006). *El Lenguaje Visual*. Barcelona: Paidós.
- Amaguaña, G. (2000). *reocities.com*. (reocities, Ed.) Recuperado el 10 de septiembre de 2013.
- Andrade, L. R. (1980). *Hacia la verdadera Historia de Atahualpa*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.
- Bacre, V. (2000). Comunicación cultural y educación: tríptico vigente. *Comunicación cultural y educación*, 15.
- Beltrán, L. (1979). *Incomunicación y subdesarrollo en América Latina*. Buenos Aires.
- Benavides, P. (13 de Marzo de 2013). Entrevista. (C. Gualotuña, Entrevistador)
- Brockman, M. (1992). *Sistema de Retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Carlos Gualotuña, J. G. Aya una. *Tesis*. Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Pichincha, Ecuador.
- Carretero, M. (2007). *Documentos de identidad: La construcción de la memoria histórica en un mundo global*. Buenos Aires: Paidós.
- Castoriadis, C. (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- Cevallos, I. (2001). *Los espacios de la comunicación en el desarrollo social dentro del libro Comunicación en el tercer milenio*. Quito: Abya Yala.
- Cumbre, E. I. (2000). *Décima tercera edición*. México.
- Ghinaglia, D. (2009). *Universidad de Palermo*. Obtenido de Universidad de Palermo: www.palermo.edu/dyc/encuentro-virtual/pdf/ghinaglia...
- Godoy, M. (2004). *La música en la época colonial Real Audiencia de Quito*. Quito.
- Guallichico, F. (17 de Enero de 2004). Biografía de Guallichico. (C. gualotuña, Entrevistador)
- Guallichico, F. (13 de agosto de 2007). Entrevista al Tamborero. (C. Gualotuña, Entrevistador)
- Guerrero, P. (2002). *LA CULTURA Estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya Yala.
- Hall, E. (1973). *Más allá de la cultura*. Barcelona: Gustavo Gill.
- INEC. (2010). *Censo 2010*. Quito.

- Kaplún, M. (1998). *Una Pedagogía de la Comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre. Obtenido de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/6881539/Mario-Kaplun-Una-Pedagogia-de-la-comunicacion>
- Landázuri, C. (1990). *Visita y numeración de los pueblos del valle de los Chillos*. Quito: Marka Abya Yala.
- Lara, A. (14 de Junio de 2013). Entrevista. (C. Gualotuña, Entrevistador)
- Lara, T. (1974). Primacia de Amaguaña. *Amaguaña* 74, 1.
- Ludovico, B. (1956). <http://200.87.17.235/bvic/Captura/upload/VocL1.pdf>, PDF. (A. y. Bolivia, Productor, & Archivo y Biblioteca Nacionales de Bolivia) recuperado el 12 de Febrero de 2013.
- Manjarrez, J. J. (2010). Diseño Editorial. En J. J. Manjarrez, *Diseño Editorial*.
- Marchena, J. (1996). *La vida social en las ciudades Americanas de la ilustración*. Guaranda: Universidad Estatal de Bolivar.
- Mullo, J. (2007). Danza y música en la fiesta del Ecuador. *Encuentros*.
- Muñoz, A. (2006). *Método creativos para organizaciones*. Madrid: Pirámide.
- Navarro, J. (2002). *Quito Tradiciones, Testimonios y Nostalgias*. Quito: Libresa.
- Palau, N. C. (Agosto de 2011). *eumed.net*. (J. C. Coll, Editor) Recuperado el 06 de Marzo de 2014.
- Ponce, V. (26 de Junio de 2013). Entrevista. (C. Gualotuña, Entrevistador)
- Prieto, D. (1997). *La comunicación en la educación*. Buenos Aires: Viccus: La Crujía.
- Reimers, L. A. (s.f.). *Biografía de Atahualpa*.
- Roiz, M. (2002). *La sociedad peruasora: control cultural y comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Vallejo, G. (1998). *Amaguaña Profundo*. Colección Ecuador Adentro.
- Villoro, L. (1998). *Estado Plural, Pluralidad de las Culturas*. México: Paidós.
- Vinueza, R. (17 de Junio de 2013). Entrevista. (C. Gualotuña, Entrevistador)

Anexo 1 GUÍA DE ENTREVISTAS

ALUMNOS: Carlos Gualotuña, José Luis Guachamín

DATOS DEL ENTREVISTADO:

NOMBRE:

ESTUDIOS:

PROFESIÓN:

TRABAJO:

ENTREVISTA:

Para la elaboración de la revista “Ama Huañuy”, se ha realizado entrevistas a diferentes personalidades, quienes facilitan la información sobre la importancia de Amaguaña en lo referente a su cultura, tradiciones e identidad; entre las principales preguntas que se plantea son:

¿Cuál es su profesión?

¿Qué cargo desempeña?

¿Desde hace que tiempo?

¿Cuáles son sus inquietudes y aspiraciones como amaguañense?

¿Sus logros como habitante de Amaguaña?

¿Sus decepciones como morador de la parroquia?

Anexo 2 GUÍA DE ENCUESTA

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA DE AMAGUAÑA

Objetivo

Conocer la apreciación que tienen los habitantes de la parroquia de Amaguaña acerca de un medio escrito informativo que enfoque las vivencias de dicho sector.

1. Datos informativos

Orientación sexual

☐ F

☐ M

☐ TRANS

¿Es usted de Amaguaña? ☐ Sí ☐ No ¿Qué edad tiene? _____ años

Lugar de residencia _____ Instrucción _____

¿En qué lugar estudió? Primaria _____ Secundaria _____

Instrucción

Señale con una X la respuesta que esté acorde con su criterio y conocimientos

2. Cuestionario:

1. ¿Por qué medio escrito le gustaría obtener información de la parroquia de Amaguaña?

- 1) Afiche
- 2) Revista
- 3) Libro
- 4) Periódico
- 5) Tríptico

2. ¿La opción que usted ha elegido, considera que pudiera constituirse en material pedagógico?

☐ Sí

☐ No

3. ¿Qué le atrae más en una revista?

1) Fotografías

2) Texto

4. ¿Le gustaría tener una revista de la parroquia?

☐ Sí

☐ No

5. ¿Con qué periodicidad?

a. Quincenal ()

b. Mensual ()

c. Trimestral ()

d. Semestral ()

e. Anual ()

6. ¿Considera necesario que cada individuo debería conocer la historia y la cultura de su lugar de origen?

☐ Sí

☐ No

7. ¿Si la memoria social de su pueblo desaparece, le afecta?

☐ Sí

☐ No

Gracias por su colaboración.